

mgr Małgorzata Majcher  
Wydział Psychologii  
Uniwersytet Warszawski

**Próba uchwycenia wizerunków płci i ich przemian:  
Cechy przypisywane kobietom i mężczyznom oraz ich miejsce wśród  
pożądanych cech Ja**

Praca doktorska napisana pod kierunkiem  
prof. dr hab. Marii Jarymowicz

Warszawa, listopad 2012

**STRESZCZENIE**

**Cele.** Przedmiotem badań była treść współczesnego wizerunku typowej kobiety i typowego mężczyzny oraz stopnia kobiecości – męskości cech pożądanych dla Ja.

Badania miały na celu opracowanie specjalnych metod oraz (1) wyodrębnienie puli cech uznanych za typowo kobiece i typowo męskie, (2) uchwycenie proporcji tych cech przypisanych typowej kobiecie i typowemu mężczyźnie, (3) uchwycenie proporcji cech kobiecych i męskich wymienionych wśród pożądanых cech Ja, (4) pomiar stopnia, w jakim na poszczególnych cechach Ja zależy /a/ samej osobie badanej, /b/ jej otoczeniu.

**Metody.** W związku z celem (1) przeprowadzona została seria badań nad opracowaniem narzędzia służącego wyłonieniu puli cech uznanych za specyficznie kobiece i męskie. Powstała metoda, ta sama pula cech przypisywana była raz „typowej kobiecie” a raz „typowemu mężczyźnie”, a określone natężenia cech przypisanych reprezentantom płci były podstawą opracowania zbioru cech kobiecych i zbioru cech męskich. To autorskie narzędzie użyte zostało w badaniu właściwym, w związku z celem (2) – do pomiaru proporcji cech kobiecych i męskich w wizerunku typowych reprezentantów płci. Dla realizacji celów (3) i (4) zastosowana została technika „Moje cechy pożądane” (Chrzanowska, 2009): uczestnicy mieli generować dowolną liczbę cech, które by chcieli posiadać i rozwijać oraz odpowiadali na pytania – o to w jakim stopniu na danej cesze zależy otoczeniu, a w jakim im samym.

**Osoby badane.** W przebadanej próbie właściwej ( $N=328$ ) uczestniczyło 173 kobiet i 155 mężczyzn – osób wykształconych (studiujących bądź posiadających wyższe wykształcenie), wieku od 19 do 72 lat ( $M=32,31$ ;  $SD=12,69$ ). Osoby te przebadano za pośrednictwem internetu lub w kontakcie bezpośrednim.

#### **Główne rezultaty: wizerunek typowej kobiety i typowego mężczyzny.**

Każdemu z reprezentantów płci przypisano zarówno cechy kobiece, jak i cechy męskie (istotnie więcej cech specyficznych niż niespecyficznych), ale typowej kobiecie przypisano istotnie więcej cech męskich niż typowemu mężczyźnie cech kobiecych (z tym, że atrybuty męskie przypisały kobietom w większym stopniu badane kobiety niż badani mężczyźni).

**Pożądane cechy Ja i ich związek z oczekiwaniami innych i własnymi.** Osoby badane wymieniły łącznie najmniej cech uznanych przez sędziów za kobiece, a więcej zarówno cech męskich, jak i androgynicznych. Niezależnie od wieku badane kobiety wygenerowały cechy Ja o istotnie wyższych natężeniach w zakresie cech kobiecych niż w zakresie cech męskich, a badani mężczyźni wygenerowali cechy Ja o podobnych natężeniach w zakresie cech kobiecych i

męskich. Co do związków pomiędzy stopniem kobiecości czy męskości pożądanых cech Ja, a stopniem oczekiwań własnych oraz spostrzeganych oczekiwań społecznych - z analiz korelacji i regresji wynika, że inne są związki pomiędzy stopniem oczekiwań JA CHCE i INNI CHCA, a stopniem pożądanых cech kobiecych i męskich w zależności od płci osób badanych. I tak, wśród badanych kobiet: im bardziej wymieniona cecha uznana była przez sędziów za kobiecą – tym mniej JA CHCE i tym bardziej INNI CHCA, a im bardziej cecha męska tym bardziej JA CHCE i tym mniej INNI CHCA. Natomiast wśród badanych mężczyzn: nie wystąpił istotny związek pomiędzy stopniem pożądanых cech kobiecych lub męskich i stopniem w jakim JA CHCE, a wystąpił dodatni związek między pożądanymi cechami kobiecymi i stopniem INNI CHCA. Wiek osób badanych nie miał żadnego wpływu na wyniki analiz.

**Konkluzje.** Porównanie uznanych za typowe wizerunków kobiet i mężczyzn pokazało, że współczesnym kobietom przypisano więcej cech płci „przeciwnej” niż mężczyznom. Czy można to uznać za spójne z aspiracjami kobiet? Tak sugerują dalsze analizy. Wśród 1084 pożądanых cech Ja wygenerowanych przez kobiety były cechy zarówno kobiece, jak i męskie, ale korelacje wskazują na to, że te pierwsze ceni sobie (zdaniem osób badanych) otoczenie, a te drugie same osoby badane. Badani mężczyźni także wymienili cechy zarówno kobiece, jak i męskie, a zarazem zadeklarowali, że chcieliby je mieć w podobnym stopniu; sądzą jednak, że im bardziej kobieca cecha, tym bardziej otoczenie chciałoby aby osoba badana je miała. Uzyskane dane sugerują, że cechy męskie są dla kobiet atrakcyjne, a cech kobiecych oczekuje od badanych mężczyzn otoczenie. Łącznie wyniki zdają się stanowić pewną przesłankę dla przewidywania zmian co do pożądanых cech ludzi różnej płci: w kierunku wzrostu androgyniczności.

**Słowa kluczowe:** społeczne kategoryzacje, prototypy i stereotypy płci, kobiecość – męskość cech psychicznych, standardy Ja**SPIS TREŚCI**

## SŁOWO WSTĘPNE

Wizerunki płci pozostają w ścisłym związku z funkcjonowaniem ludzi. Wywierają istotny wpływ na relacje społeczne. Dotyczy to nie tylko spostrzegania reprezentantów obu płci, ale także realnego statusu społecznego oraz postaw i zachowań społecznych wobec kobiet i mężczyzn.

Reprezentacje umysłowe dużych zbiorowości ludzi mają postać uogólnień, które funkcjonują bez względu na to, na ile mogą być trafne w odniesieniu do poszczególnych osób. Mają często postać stereotypów – struktur sztywnych i opornych na zmiany, bo trudno jest je zweryfikować w kontakcie z konkretnymi osobami. Bywają więc w realnym życiu społecznym źródłem napięć, a nawet realnych konfliktów.

Sztywność stereotypów nie jest jednak bezwarunkowa. Poznawcze reprezentacje ulegają pewnym zmianom, zwłaszcza pod wpływem przyspieszonych przemian społecznych – w okresach takich transformacji, z jakimi mamy obecnie (m. in. w sprawach płci) do czynienia w Polsce. Proces ten jest jednak powolny i w toku codziennych obserwacji trudno uchwytne. Dlatego ważne jest prowadzenie badań nad specyfiką poznawczych reprezentacji kobiecości-męskości w danym czasie i danych warunkach społeczno-kulturowych.

Wizerunek danej płci może być mniej lub bardziej atrakcyjny i społecznie akceptowany, a to niewątpliwie wpływa na treść obrazu Ja jako kobiety czy jako mężczyzny. Autorkę niniejszej pracy interesowało nie tylko to, jaka jest treść (atrybuty) wizerunków obu płci, ale również to, czy ta treść jest odzwierciedlona w pożądanym wizerunku własnego Ja. Własne aspiracje (standardy Ja pożądanego) mogą bowiem odzwierciedlać wpływ zmian mentalności społecznej – wskazywać na to, czy dokonuje się proces uwewnętrznienia jej nowych treści.

Celem podjętych badań stało się: (1) opracowanie pośrednich (nie deklaracyjnych) metod pomiaru treści poznawczych reprezentacji płci (atrybutów specyficznie związanych z daną płcią) (2) uchwycenie treści wizerunków typowej kobiety i typowego mężczyzny w próbie ludzi wykształconych (kształcących się bądź zawodowo aktywnych), (3) uchwycenie treści Ja pożądanego – analizowanego z punktu widzenia stopnia kobiecości-męskości, a także stopnia, w jakim wskazane cechy są powiązane z oczekiwaniami co do Ja jego otoczenia bądź samego podmiotu.

## CZĘŚĆ I

### WPROWADZENIE:

ZAGADNIENIE ZRÓŻNICOWANIA WIZERUNKÓW PŁCI ORAZ  
ZAŁOŻENIA I CELE BADAŃ WŁASNYCH

## **1. Nieuchronność porównań i kategoryzacji ludzi ze względu na płeć**

Przynależność człowieka do określonych kategorii wyznacza w dużej mierze jakość jego życia. Haslam, Rotschild i Ernst (2000) wykazali wagę rozróżnienia kategorii, jakie mogą tworzyć ludzie, na kategorie pierwotne, naturalne oraz kategorie związane z „bytowością” (określonym rodzajem egzystencji). Kategorie umysłowe zbliżone do naturalnych charakteryzują się występowaniem niezbywalnych cech u wszystkich członków danej zbiorowości, naturalnym ich podobieństwem, wyrazistością i rozdzielnością granic zbiorowości, niemożnością zmiany przynależności. Pojęcie bytowości określa to, w jakim stopniu kategoria tworzy wewnętrznie jednorodny byt – co wyraża się narastającym podobieństwem i pozwala na wnioskowanie o cechach człowieka na podstawie wiedzy o jego przynależności do danej grupy. W toku badań okazało się, że płeć, rasa i pochodzenie etniczne to najbardziej istotne czynniki wyznaczające kategorie naturalne.

### **1.1. Płeć jako podstawowa informacja kategorialna**

Wiedza o płci jest jedną z podstawowych informacji o człowieku (Condry, 1984) i stanowi podstawowe, pierwotne kryterium kategoryzacji (takie jak rasa i wiek - Fiske i Neuberg, 1989), a jako takie wywiera silny wpływ na sposób, w jaki obserwator interpretuje pozostałe informacje o obiekcie (Mead, 1975; Maccoby, 1988; Brewer i Lui, 1989; Kurzban, Tooby i Cosmides, 2001; Lemm, Dabady i Banaji, 2005).

Aktualizacja kategorii płci jest w wysokim stopniu zautomatyzowana, uaktywnia się łatwo i szybko, na wczesnych etapach przetwarzania informacji, a jako taka nie podlega dowolnej kontroli poznawczej (np. Bargh, 1999) i jest silnie powiązana z automatycznym systemem wzbudzania emocji (Jarymowicz, 2002, 2003). Płeć należy do najbardziej widocznych kryteriów podziału (Fiske i Neuberg, 1989; Oakes i Turner, 1990; Prato i Bargh, 1991; Aronson, 1997; Piber - Dąbrowska, 2001; Kamińska – Feldman, 2002). W koncepcji społecznych kategoryzacji podkreśla się, że reakcje na innych ludzi najpierw opierają się na cechach wyglądu zewnętrznego (cechy wizualne), a dopiero później na innych dostępnych informacjach. Świadczą o tym czasy reakcji w toku kategoryzacji ze względu na wizualne cechy charakterystyczne dla kobiet i mężczyzn oraz częste wymienianie cech wyglądu zewnętrznego w opisie przedstawicieli danych

kategorii. Innymi słowy widoczne „gołym okiem” fizyczne atrybuty stanowią pierwsze wskazówki dla podziału ludzi na kategorie.

Według Kwiatkowskiej (2002, s. 38) „podmiot może dokonać wstępnej kategoryzacji natychmiast po dostrzeżeniu określonych cech kategorialnych (centralnych, prototypowych), w tym też łatwo dostrzegalnych, jak cechy fizyczne (kolor skóry, ubiór) (...) Jeżeli kategoria zostaje wzbudzona, aktywizują się wówczas bezpośrednio, natychmiast powiązane z nią informacje, afekt i tendencje behawioralne”.

## **1.2. Specyfika relacji pomiędzy kategoriami społecznymi związanymi z płcią**

Świat dzielony jest w umyśle na grupy i kategorie własnej przynależności (Swoich – tzw. *ingroup*) i pozostałe (Obcych – tzw. *outgroup*). To do jakiej kategorii jest się przynależnym, definiuje jakim się jest i jakim się nie jest (por. Cantor i Mischel, 1986). Swoi i Obcy są spostrzegani i traktowani według odmiennych reguł. Zazwyczaj wiedza na temat kategorii Obcych (dużych ich zbiorowości) jest powierzchowna, nadmiernie uogólniona i ograniczona ze względu nie tylko na rzadsze kontakty, ale i psychologiczny dystans. Obcy są spostrzegani jako wysoce podobni do siebie (efekt homogenizacji), a Swoi jako bardziej zróżnicowani. Procesy poznawcze tego typu prowadzą do pogłębiania dystansu wobec Obcych, a to ułatwia eskalację konfliktów (Billig i Tajfel, 1973; Brewer i Silver, 1978; Tajfel, 1970, 1981, 1982; Lorenzi-Cioldi i Doise, 1990; Johnston i Hewstone, 1990).

Łatwo zauważyć, że choć płeć stanowi jedno z najbardziej podstawowych kryteriów społecznych kategoryzacji (co przejawia się niekwestionowaną dychotomizacją MY – ONE/ONI), to konsekwencje tego faktu nie są spójne z rozmaitymi tezami teorii społecznych kategoryzacji. Czynniki naturalne sprawiają, że odmienność płciowa nie wyznacza postaw obojętności, obcości czy wrogości. Przeciwnie, sprawiają one, że reprezentanci dwojga płci dążą do podtrzymywania i pogłębiania kontaktów – w tym kontaktów o najwyższym stopniu zażyłości. Nie ma więc mowy o istnieniu pomiędzy nimi typowej obcości czy wzajemnego unikania się. Mężczyźni i kobiety bywają połączeni szczególną więzią, która nadaje specyficzny wymiar ich relacjom. Jedną z implikacji tych specyficznych relacji jest odmienność reguł tworzenia wzajemnych wizerunków. W odróżnieniu od kategorii takich jak rasa czy wiek, odmienność płci nie prowadzi ani do małej wyrazistości obrazu członków *outgroup*, ani do rozłączności spostrzeganych cech własnych i osób o odmiennej płci. Warto więc poświęcać badania w zakresie



psychologii społecznej poszukiwaniom specyfiki tej szczególnej kategorii zjawisk związanych z podziałami na MY i ONE/ONO dotyczącymi osób o odmiennej płci.

### **1.3. Kryteria różnicowania kategorii płciowych: od płci biologicznej po zmienne kryteria wyznaczające zróżnicowanie płci psychologicznej**

Płeć biologiczna określona jest w momencie zapłodnienia. Główną rolę w różnicowaniu się płci biologicznej odgrywa 23 chromosom. Obecność chromosomu Y warunkuje rozwój jąder, z kolei jego brak umożliwia rozwój jajników. Płeć biologiczna przejawia się odmiennymi cechami płciowymi pierwszo- i drugorzędowymi - związanymi z budową układów rozrodczych kobiet i mężczyzn, a także zróżnicowaniem cech płciowych trzeciorzędowych - związanych z somatotypem (jego atrybutami takimi, jak wzrost, waga, kształt ciała, wysokość głosu, owłosienie) oraz wydzielaniem odmiennych hormonów, które mają wpływ na zachowanie przedstawicieli płci (np. na stopień agresywności). Płeć biologiczna predestynuje sposób pełnienia ról płciowych: od strategii i zachowań seksualnych po rodzicielstwo. Istnieją dane wskazujące na istnienie różnic w budowie struktur mózgowych kobiet i mężczyzn, takich jak: budowa półkul, wielkość ciała modelowego, wzgórza i podwzgórza (Witelson, 1991; Kimura, 1992; Swaab, Gooren i Hofman, 1995; Brannon, 2002). Różna anatomia, funkcje reprodukcyjne, hormony, to uniwersalne biologicznie determinanty różnic płciowych, niezależne od czynników społecznych.

Liczne kryteria związane z fizycznością kobiet i mężczyzn nie prowadzą jednak do jednoznacznych podziałów. Dotyczy to atrybutów takich, jak cechy budowy, wyglądu, ubioru i sposobów traktowania własnego ciała. Ulegają one zmianom w czasie, a kierunek zmian wydaje się prowadzić do upodobnienia. Jednym z przejawów tego procesu jest ewolucja w zakresie stroju. Przez wieki konkretne stroje były przypisane konkretnej płci, były zatem „detektorami” płci. W dzisiejszych czasach bywa, że trudno jest określić płeć danej osoby na podstawie stroju i wyglądu. Doszło do unifikacji zewnętrznego. Śledzenie zmian w tym zakresie wydaje się ważne, bowiem reakcje na czyjąś fizyczność są niekontrolowane, automatyczne, często wyrażenie negatywne bądź pozytywne, mniej lub bardziej dla obiektów postaw krzywdzące czy bezpodstawnie faworyzujące (Kwiatkowska, 2002; Szmajke, 2005).

Godne uwagi wydają się te badania eksperymentalne, które dotyczą różnic w kanonach damskiej i męskiej atrakcyjności. Fizyczność była często przedmiotem badań w psychologii jako wyznacznik atrakcyjności ludzi (Langlois i in., 2000; Jost, Pelham i Carvallo, 2002; Rudman, Feinberg i Fairchild, 2002; Rudman,

2004; Rudman i Goodwin, 2004; Szmajke, 2005). Psychologowie ewolucyjni akcentują zróżnicowanie znaczenia atrakcyjności fizycznej w życiu kobiet i mężczyzn (Buss, 1996; Etcoff, 2000). Ze względu na dobór płciowy każda z płci ukształtowała odmienne preferencje (Wojciszke, 2002). Wiele wyników badań wskazuje na istnienie jednoznacznego, powszechnego wzorca atrakcyjności kobiecego ciała. Andrzej Szmajke (2005) uchwycił istnienie powszechnie podzielanego wzorca atrakcyjności sylwetki kobiecej oraz kilku wzorców sylwetki męskiej. Autor wskazał na niezwykle ważną implikację stwierdzonych faktów: wśród kobiet znacznie rzadsze są przypadki dopasowania własnej sylwetki do wymarzonego przez mężczyzn wzorca, podczas gdy wśród mężczyzn prawdopodobieństwo dopasowania jest istotnie większe, a w związku z tym gorsze jest położenie społeczne kobiet (jeśli zważyć związki atrakcyjności fizycznej z sukcesami partnerskimi i zawodowymi).

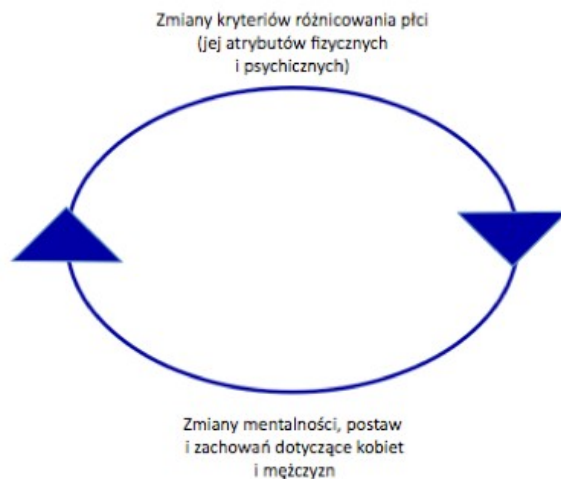
Dostępne są jednak dane empiryczne, które stoją w opozycji do powyższych badań o braku jednoznacznych preferencji w zakresie męskiej fizyczności. W pracach Davendry Singh (1995) okazało się, że istnieje zarówno kobiece, jak i męskie WHR (*Waist-to-Hip ratio*).

Tak jak to już zostało opisane wyżej, kryteria fizycznej odrębności kobiet i mężczyzn ewoluują i wraz z upływem czasu tracą na jednoznaczności. Teza ta dotyczy w znacząco większym stopniu kryteriów wyodrębnienia płci psychologicznej. Odnoszą się one do atrybutów psychicznych, mentalnych i duchowych ludzi, a te podlegają dynamicznym zmianom – i dlatego, że zachodzą obiektywne ewolucyjne przemiany naszego gatunku, i dlatego, że dokonują się przemiany mentalności, rzutujące na sposób rozumienia przez ludzi psychiki osób o różnej płci.

## **2. Podejścia badawcze dotyczące dynamiki formowania się przemian poznawczych reprezentacji (wizerunków) kobiet i mężczyzn**

Krystalizowanie się przekonań co do tego jakie są kobiety i jacy są mężczyźni jest procesem długofalowym, zróżnicowanym kulturowo, a nawet środowiskowo. Aktualny wizerunek nie łatwo więc uchwycić, zwłaszcza w czasach bezprecedensowego rozpowszechnienia różnych wzorców postępowania i stylów życia, z jakimi mamy do czynienia współcześnie. Studia nad rozpowszechnianym wizerunkiem tych czy innych aspektów rzeczywistości są jednak niezwykle ważne – bo reprezentacje poznawcze obiektów i zjawisk wyznaczają zachowania wobec nich, a te zwrótnie mogą podtrzymywać istniejące

schematy poznawcze (Chen i Bargh, 1997/1998). Można to zilustrować w odniesieniu do znaczenia analizowanych wizerunków kobiet i mężczyzn oraz zachowań wobec ich reprezentantów (mających wpływ na realne życie kobiet i mężczyzn) następująco:



Rycina 1. Schemat sprzężenia zwrotnego między zmianami kryteriów różnicowania płci a zmianami mentalności, postaw i zachowań wobec kobiet i mężczyzn

W tym rozdziale podjęte będą zagadnienia związane z kategoryzacją i kryteriami różnicowania płci psychologicznej. W dalszej kolejności zajmiemy się zagadnieniami związanymi z treścią cech przypisywanym kobietom i mężczyznom.

## **2.1. Poznawcze reprezentacje siebie i świata oraz ich rola w regulacji funkcjonowania (wzajemne interakcje reprezentacji poznawczych i wzorców zachowań)**

Reprezentacje poznawcze to pojęcie podstawowe, odnoszące się do różnych form odzwierciedlania rzeczywistości i strukturalizowania informacji, determinujących zachowania podmiotu. Studia nad reprezentacjami są przedmiotem badań przedstawicieli różnych dyscyplin. Podjęte zostały w sposób systematyczny już przeszło wiek temu.

Prekursorami badań nad reprezentacjami poznawczymi byli przedstawiciele pragmatyzmu społecznego, wedle których człowiek “staje się tym, czym jest w procesie interakcji ze środowiskiem” (Szacki, 2006, s. 545).

Dewey (1922, 1957) pisał, że “społeczeństwo jest procesem zrzeszania się w taki sposób, że doświadczenia, emocje, wartości są przekazywane i czynione

własnością wspólną” (za: Szacki, 2006, s. 546).

Cooley wprowadził pojęcie jaźni odzwierciedlonej (*looking-glass-self*) – jako podstawy kształtowania się ludzkiej tożsamości. Zwrócił uwagę na to, że człowiek kształtuje własne Ja wyobrażając sobie jak widzą go inni, wiążąc własne wyobrażenia o sobie z wyobrażeniami na swój temat, jakie przypisuje ludziom z własnego otoczenia (Cooley 1902/1966; Szacki, 2006).

Przedstawiciel francuskiej szkoły socjologicznej, Emile Durkheim (Durkheim, 1968, 1999; Szacki, 2006) uważał, że reprezentacje rzeczywistości funkcjonujące w umyśle jednostki pozostają w związku z reprezentacjami społecznymi (*représentation sociale*). To one determinują sposób widzenia świata, a tym samym formułowane sądy i zachowania jednostki. Świat jest dla ludzi takim, jaka jest ich umysłowa jego reprezentacja (Durkheim 1922 za Szacki, 2006). Durkheim twierdził, że – ogólnie rzecz biorąc – człowiek dostosowuje się do norm obowiązujących w społeczeństwie (bo obawia się, że jeżeli tego nie zrobi, to spotkają go ze strony swojego środowiska sankcje: od prawnych, po niesformalizowaną naganę. I to naciski norm społecznych, zdaniem socjologa, decydują także o liczeniu się z opinią publiczną (typem poznawczych reprezentacji zjawisk społecznych).

Mead (1934/1975) uważał, że psychologia powinna zajmować się zachowaniami ludzi w interakcji z określonymi warunkami społecznymi. Przeciwwstawiał się jednak mechanistycznemu modelowi interakcji międzyludzkich. Twierdził, że człowiek nie jest biernym odbiorcą bodźców, lecz dokonuje ich selekcji oraz interpretacji, odnosząc je do swoich wcześniejszych doświadczeń. Człowiek to organizm posiadający jaźń - zdolny percypować sam siebie, mający poglądy na swój temat, świadomie regulujący swe zachowania. Zdaniem autora, jednostka jest zorientowana na innych i zastanawia się jakby zareagowali inni w określonych sytuacjach - nie doświadcza siebie samej jako takiej bezpośrednio, lecz przyjmuje punkt widzenia grupy społecznej, do której przynależy.

W psychologii do podstawowych rozróżnień reprezentacji należy ich podział na reprezentacje percepcyjno-wyobrażeniowe vs słowno-pojęciowe (Winczo, 2002). Przy użyciu tych kodów mogą być „zapisane” odwzorowania rzeczywistości i możliwe jest nazwanie tego, z czym się miało do czynienia (reprezentacje idiograficzne). Ale informacje są przetwarzane, strukturalizowane, a w toku tych procesów powstają uogólnienia i wyabstrahowane prototypy (stołu czy kobiety) „pasujące” do różnych egzemplarzy w różnym stopniu.

## 2.2. Prototypy vs stereotypy kategorii ludzi jako szczególne rodzaje poznawczych reprezentacji kategorii społecznych

Reprezentacja kategorii społecznych - “to struktury zawierające wiedzę, przekonania i oczekiwania człowieka wobec grup ludzkich” (Hamilton i Trier, 1986, s.133). W studiach nad znaczeniem poznawczych reprezentacji różnych zbiorowości ludzi warto jednak rozróżnić pomiędzy „grupami” i „kategoriami społecznymi” (Jarymowicz, 2006) - między grupami, jako typem zbiorowości o relacjach *face-to-face* oraz kategoriami, jako typem zbiorowości tak rozległej, że nie możliwy jest osobisty kontakt z jej członkami. Tworzenie mentalnych reprezentacji tak odmiennych zbiorowości ludzi oparte jest o istotnie różne mechanizmy. Reprezentacje kategorii mają słabsze podstawy idiograficzne, więc rola przekonań społecznych w ich formowaniu się jest szczególnie istotna.

Przyjmuje się, że ludzki umysł tworzy reprezentacje i buduje prototyp wszystkiego tego, czego człowiek poznawczo doświadcza (Macrae i Bodenhausen, 2000). Treść prototypu wyznacza następnie rodzaj postaw i zachowań. Kazimierz Twardowski, jeden z głównych założycieli filozoficznej szkoły lwowsko-warszawskiej, podkreślał wagę treści w analizowaniu różnych zjawisk. Uważał, że podstawą filozofii jest dorobek psychologii deskryptywnej, dostarczającej wiedzy nie tyle o naturze zjawisk psychicznych, ile o ich treści (Szacki, 2006).

We współczesnej psychologii uznaje się, że treści poznawczych reprezentacji rzeczywistości można badać przez analizy prototypów (często dotyczy to w praktyce badania treści stereotypów). Prototyp, czy stereotyp społeczny, odgrywa nadrzędną rolę w procesach przetwarzania informacji o jednostkach – reprezentantach określonych kategorii społecznych (Stangor i Lange, 1994; Stangor i Schaller, 1996).

W naukach społecznych pojęcie stereotyp pojawiło się za sprawą Lippmanna (1922). Według jego definicji, stereotypy to „obrazy w głowie”- uproszczone wyobrażenia o zjawiskach, zbyt złożonych by osiągnąć ich pełną umysłową reprezentację. Od ich treści zależy społeczne funkcjonowanie. „Od tego czasu, właściwie każde podejście teoretyczne do zagadnienia stereotypów odnosi się w sposób mniej lub bardziej bezpośredni do ich treści” (Winiewski, 2010).

Jarymowicz (1994, 2001) podkreśla wagę rozróżnienia pomiędzy prototypem a stereotypem społecznym. Przyjmuje, że w porównaniu ze schematami zbiorowości ludzkich jakimi są prototypy, stereotypy wyróżnia sztywność przekonań o ludziach należących do danej kategorii, wynikająca z ich afektywnej genezy. Prototypy to reprezentacje, które ulegają przemianom – w

warunkach, gdy dostępne są nowe informacje lub też gdy w percepcji społecznej pojawiają się nowe kategorie poznawczej analizy zjawisk (jak kryterium oceny ustaw z punktu widzenia wymogów demokracji). Stereotypy natomiast wyznaczają inne reguły przetwarzania informacji: są one asymilowane pod warunkiem zgodności ewaluatywnej, a nie deskryptywnej (Lewicka, 1993).

Stereotypy to indywidualne sztywne struktury wiedzy. Podobnie jak prototypy, nadają one znaczenie każdej informacji społecznej docierającej do jednostki, ukierunkowują procesy uwagi, percepcji, interpretacji. W odróżnieniu od prototypów, uruchamiają typ funkcjonowania powiązane swoistymi „skryptami behawioralnymi” (Zajonc, 1980/1985; Dovidio i Fazio, 1991; Fiske i Taylor, 1991; Dovidio i Gaertner, 1993; Jarymowicz, 1994, 2002, 2006; Greenwald i Banaji, 1995; Kamińska - Feldman, 1997, 2002).

### **2.3. Specyficzne i niespecyficzne treści poznawczych reprezentacji (wizerunków) płci**

Metodologia badań nad poznawczymi reprezentacjami płci najczęściej uniemożliwia rozróżnienie czy mamy do czynienia ze schematami wiedzy prototypowymi czy stereotypowymi. Dlatego w dalszej części wywodu, zamiennie z terminem *poznawcze reprezentacje*, używany będzie termin *wizerunek*.

W literaturze znaleźć można opisy badań ukierunkowanych nie tyle na analizowanie treści poznawczych reprezentacji, ile ich podziału na kategorie wywierające mniej lub bardziej istotny wpływ na procesy przetwarzania napływających informacji. Jedną z wiodących badaczek w tym podejściu jest Hazel Rose Markus. Markus (1977), w serii badań nad schematami tożsamościowymi (*the self schemas*), wprowadziła podział cech przypisywanych własnemu Ja na cechy *schematowe* i *aschematowe*. Osoby badane miały za zadanie określać na ile przedstawiane na wręczanej im liście cechy opisują ich samych – przy pomocy skali opisanej od „ja” (*me*) do „nie ja” (*not me*). Podział ten okazał się istotnie różnicować sposoby przetwarzania informacji o sobie i innych ludzi. Tak na przykład, okazało się, że osoby badane posługują się głównie cechami schematowymi w spostrzeganiu innych ludzi, bo cechy te uaktywnianie są szybciej i łatwiej.

W dalszych badaniach podjęte zostały analizy cech schematowych z punktu widzenia ich treści – w populacjach ludzi różnych kategorii (por. Markus i Kitayama, 1991; Błaszczak, 2010). Okazało się, że cechy schematowe wskazywane przez kobiety to cechy typowe dla tzw. Ja-współzależnego (jak cierpliwość, zachowanie konformistyczne), a cechy schematowe wskazywane

przez mężczyzn to cechy typowe dla Ja-niezależnego (jak asertywność, autonomia).

W niniejszych badaniach przyjmujemy, że treść poznawczych reprezentacji odnoszących się do ludzi zawiera zawsze dwie grupy cech – w różnych proporcjach. Są to – po pierwsze - cechy **specyficzne** (charakterystyczne tylko dla danej kategorii). Po drugie – są to cechy **niespecyficzne** (charakterystyczne i dla danej, i dla innej, najczęściej przeciwstawnej, kategorii). Autorkę interesowało to, jakie są proporcje cech specyficznych i niespecyficznych oraz ich treści w wizerunkach współczesnych uczestników badań – w zależności od płci i wieku osób badanych.

### **2.3.1. Kobiecość i męskość jako syndromy cech charakterystycznych dla każdej z kategorii płci**

Potocznie pojęcie kobiecości i męskości bywa często używane jako etykieta atrybutów fizycznych i psychicznych, które w większym stopniu występują lub są przypisywane jednej lub drugiej płci (Deaux i Lewis, 1983; Lewin, 1984; Miluska i Boski, 1999; Kite, 2001; Bradley, 2008; Boski, 2009; Chrisler i McCreary, 2010; Bajkowski, 2010).

Atrybuty specyficznie kobiece i męskie mogą być analizowane i opisywane z użyciem różnych narzędzi (jak parametry budowy mózgu, czasy reagowania na te same bodźce, wizerunki twarzy i sylwetek na fotografiach, czy statystyki pełnionych ról zawodowych). W psychologii społecznej szczególne znaczenie przypisuje się atrybutom płci psychologicznej – mającym postać cech psychicznych przypisywane reprezentantom płci. Cechy są rodzajem uogólnień, których przesłanki (w fazie formowania) stanowi ogromna ilość danych obserwacyjnych. Etykiety słowne odnoszą się do abstrakcyjnych pojęć, a zarazem do licznych desygnatów – (rzeczywistych bądź wyobrażonych) przejawów funkcjonowania. Wiedza zawarta w przypisywanych danej kategorii ludzi cechach ma więc odniesienia do ich licznych zachowań i reakcji.

W psychologii społecznej analizy cech dokonywane są często z określonej teoretycznej perspektywy, akcentującej znaczenie wybranych wymiarów. Tak na przykład, przyjmuje się założenie (Bakan, 1966; Abele i Wojciszke, 2007), że u podstaw spostrzegania innych ludzi leżą dwa główne wymiary:

- wspólnotowość (*communio*) – wymiar zwany też wymiarem ciepła (*warmth*), obejmujący treści związane ze społecznym funkcjonowaniem człowieka, który jest wrażliwy na perspektywę innych ludzi oraz

- sprawczość (*agency*) – wymiar zwany też kompetencją (*competence*), obejmujący treści dotyczące sprawności i skuteczności w realizacji własnych celów.

Wymiar *sprawczości* odnoszony jest do jednostek dążących do indywidualizacji poprzez realizację własnych celów i koncentrację na sobie, zaś wymiar *wspólnotowości* do jednostek troszczących się o innych i ceniących sobie współpracę (Bakan, 1966; Helgeson, 1994, 2003; Woike, Lavezzary i Barsky, 2001; Eagly i Karau, 2002).

W zależności od obszarów psychologii społecznej i epoki, badacze stosowali różne konceptualizacje podziałów cech i zachowań jednostek, czy całych grup społecznych (Helgeson, 1993; Hamilton i Sherman, 1994; Fiske, Cuddy, Glick i Xu, 2002; Abele, 2003; Judd, James-Hawkins, Yzerby i Kashima, 2005; Fiske, Cuddy i Glick, 1999, 2007; Abele i Wojciszke, 2007; Cuddy, Fiske i Glick, 2008; Wojciszke i Abele, 2008; Wojciszke, 2010). Wiele uwagi poświęcono konstruktom:

- *indywidualizm - kolektywizm* – konstrukt odnoszony do charakterystyki kultur (Hofstede, 1980, 2000) i reprezentujących je jednostek (Schwartz, 1992; Triandis, 1995); indywiduizm to koncentracja na sobie, własnych przywilejach i celach, kolektywizm to koncentracja na relacjach wewnątrzgrupowych oraz własnych dobrych relacjach z innymi;
- *sprawność (competence) i moralność (morality)* - konstrukt opisujący treści cech i zachowań człowieka (Lewicka, 1993; Reeder, 1985; Wojciszke, 2005), ukierunkowanych albo na rozwijanie własnych sprawności i umiejętności skutecznego osiągnięcia celów, albo na moralności cudzej, związanej z zaciekawieniem tym, czy można drugiemu ufać;
- *użyteczność społeczna (social utility) - aprobatę społeczną (social desirability)* – kryteria wartościowania otoczenia przez jednostki (Dubois i Beauvois, 2005): *użyteczność społeczna* wyraża się wysoką oceną warunków, które zwiększają szansę jednostki na osiągnięcie sukcesu, a *aprobatę społeczną* to przesłanka dążenia do manifestowania cech, które sprzyjają sympatii ze strony innych (m. in. dzięki zaspokajaniu ich potrzeb).

Literatura wykazuje, że w badaniach w zakresie psychologii społecznej uwzględniany był też często wymiar *męskość - kobiecość*. Początkowo tak były określane cechy typowe i pożądane dla przedstawicieli odmiennych płci (Terman i Miles, 1936). Wielu badaczy testowało empirycznie powiązania pomiędzy



wymiarami *męskość - kobiecość* oraz *sprawczość - wspólnotowość* (Bakan, 1966; Conway, Pizzamiglio i Mount, 1996; Eagly, 1987; Abele, 2003; Rudman i Goodwin, 2004; Guimond i in., 2006, Fiske, Cuddy i Glick, 2007; Abele i Wojciszke, 2007; Wojciszke, 2010; Wojciszke i Szlendak, 2010). Podkreślano, że *męskość - kobiecość* to wymiary tożsamości, na które składają się cechy zgodne z obowiązującymi wymogami dotyczącymi ról społecznych przewidzianych dla przedstawicieli odmiennych płci (Bem, 1974; Spence, Helmreich i Stapp, 1974). Z czasem większość badaczy przyjęła, że kobiecość i męskość są ze sobą ujemnie skorelowane i są dwoma niezależnymi wymiarami (Constantinople, 1973; Spence i Helmreich, 1978; Spence i Buckner, 2000; Smiler, 2004; Mihalik i in., 2005; Abele i Wojciszke, 2007; O'Neil, 2008).

Bardzo szeroko do zagadnienia powiązań i niezależności poszczególnych wymiarów podeszli Abele i Wojciszke (2003). W jednym ze swoich badań sprawdzali jak powiązane są ze sobą różne wymiary znaczeniowe pod względem semantyki słów opisujących ludzkie cechy. Weryfikowanymi wymiarami były: kobiecość- męskość, sprawczość - wspólnotowość, indywidualizm - kolektywizm, kompetencja - moralność, interes własny - interes cudzy. Każda z 20 osób miała za zadanie ocenić (na 11-stopniowych skalach od -5 do 5) na ile każda z 300 cech (reprezentatywnych dla każdego wymiaru, a dodatkowo kluczowe cechy Wielkiej Piątki) wyrażała jedno z 10 znaczeń wybranych do badania. Analiza czynnikowa wykazała istnienie dwóch czynników. Pierwszy czynnik grupował: kobiecość, wspólnotowość, kolektywizm, moralność i interes cudzy. Drugi czynnik grupował: męskość, sprawczość, indywidualizm, kompetencję i interes własny. Autorzy twierdzą, że „poszczególne wymiary są ze sobą skorelowane, tak jakby denotowały różne warianty tego samego trzonu znaczeniowego” (Wojciszke, 2010, s. 49).

W związku z refleksją dotyczącą różnic płciowych, Wojciszke i Szlendak (2010) twierdzą, że kobiecość i męskość to konstrukty, które mogą różnić się znaczeniowo ze względu na:

1. różnice obiektywne – to jest cechy, które faktycznie różnią mężczyzn i kobiety;
2. różnice subiektywne – to jest własności, które przypisują sobie kobiety i mężczyźni;
3. różnice stereotypu deskryptywnego - to jest właściwości, które są przypisywane kobietom i mężczyznom przez społecznie konstruowane i podzielane przekonania;

4. różnice stereotypu normatywnego – to jest cechy, których się oczekuje i żąda od kobiet i mężczyzn.

### 2.3.2. *Kobiecość i męskość jako syndrom cech specyficznych dla wizerunków kobiet i mężczyzn*

Wymiar **kobiecość** – **męskość** odniesiony zostanie w niniejszej pracy do syndromów cech (przypisywanych kobietom i mężczyznom) – nazwanych przez Markus cechami *schematowymi*. Ich zbiór zostanie jednak ograniczony do cech nazwanych przez Jarymowicz (2000) cechami *tożsamościowymi* – to jest nie tyle charakterystycznymi, ile specyficznymi dla danego obiektu. W odniesieniu do wizerunków płci autorka używać będzie w niniejszej pracy:

- określenia **kobiecość** dla cech opisujących specyficzne atrybuty kobiet
- określenia **męskość** dla cech opisujących specyficzne atrybuty mężczyzn.

Terminy te odnoszone więc będą do rozłączne zbiorów cech, z których jeden przypisywany jest jako charakterystyczny wyłącznie dla kobiet, a drugi – wyłącznie dla mężczyzn. W badaniach dotyczących wizerunków współczesnych kobiet i mężczyzn analizowane będą jednak ponadto przypisywane każdej płci cechy niespecyficzne (charakterystyczne dla płci odmiennej).

### 2.3.3. *Cechy przypisywane kobietom i mężczyznom – nad-uogólnienia zilustrowane wynikami badań opisowych*

W związku z tematem niniejszej pracy pojawia się pytanie: jakie cechy przypisywane są zazwyczaj typowemu mężczyźnie, a jakie typowej kobiecie? Pytanie to było wielokrotnie podejmowane. Wedle doniesień w literaturze, kobiety zwykle są postrzegane jako: osoby dążące do nawiązywania więzi z innymi, zajmujące się wychowaniem dzieci, mające cechy silnie ekspresyjne oraz potrzebę szacunku. Mężczyzn zwykle postrzega się jako silniejszych, bardziej aktywnych, z silnymi potrzebami sukcesu, dominacji, autonomii i agresji (Rosenkrantz i in., 1968; Broverman i in., 1972; Spence i in., 1974; Williams i Best, 1982; Kwiatkowska, 1999; Mandal, 2000; Deaux i Kite, 2002; Brannon, 2002; Price i Crapo, 2003; Glick i in, 2004, Renzetti i Curran, 2005; Bajkowski, 2010; Wojciszke, 2010).

Badania te prowadzą do przekonania, że domeną kobiet jest dbanie o innych ludzi (cechy ekspresyjne, prospołeczne), a mężczyzn - cechy instrumentalne, sprawcze (asertywność, potrzeba kontroli). Podkreśla się, że wszystkie kultury sprzyjają powstawaniu i utrzymywaniu się pewnych różnic między płciami (Williams i Best, 1982, 1990; Deaux i Kite, 2002; Price i Crapo, 2003; Wojciszke, 2010), a badania międzykulturowe potwierdzają dużą zbieżność w przypisywaniu

poszczególnych cech przeciętnej kobiecie i przeciętnemu mężczyźnie. W psychologii międzykulturowej męskość to zorientowana na sukces zawodowy motywacja osiągnięć; kobiecość to prymat harmonii i stosunków interpersonalnych. Męskość jest więc charakteryzowana z perspektywy pracy traktowanej jako pasja, wyzwanie, rywalizacja, a także – znaczenia przywiązywanego do społeczno-ekonomicznych konsekwencji pracy. Kobiecość, to priorytet wartości interpersonalnych, współpraca i dobre kontakty z innymi oraz harmonijne stosunki z szerszym środowiskiem eko-kulturowym.

Wykazywano, że kryteria będące podstawowymi wyznacznikami kategoryzacji płciowych są dekodowane w sposób utajony. Kobiety są widziane jako bardziej życzliwe, troskliwe, pomocne – zarówno na poziomie jawnym (Glick i in, 2004), jak i utajonym (Nosek i Banaji, 2002; Rudman i Goodwin, 2004). W pracy Michalczewskiej (2007) okazało się, że szczególnie stereotypowo oceniali kobietę ci mężczyźni, którzy deklarowali niskie poczucie podobieństwa do kobiet na poziomie jawnym - spójnie z utajonymi przejawami postaw. Pośrednie pomiary kategoryzacji płciowych (takie, jak w badaniach z użyciem technik asymetrii w ocenianiu dystansów Ja – mężczyźni i Ja – kobiety) wskazują na stereotypowy charakter wizerunków obu płci (Tchórz, 2005; Pasternak, 2005).

#### **2.4. Założenia teoretyczne a paradygmaty badawcze: jedno- i dwubiegunowy model kobiecości - męskości**

W badaniach nad poznawczymi reprezentacjami kategorii społecznych podejmowana jest kwestia nieuchronności i niezmienności stereotypów (Kurcz, 1994; Jarymowicz, 2006). W pracy Ruble'go (1983) mowa jest o tym, że stereotypy kobiet i mężczyzn nie zmieniły się od 20 lat. W dwadzieścia lat później Wojciszke (2002) twierdzi, że pomimo zachodzących zmian w społeczeństwach kręgu zachodnioeuropejskiego część danych pokazało, że choć negatywne stereotypy dotyczące kobiet osłabły, to nie jest to istotna zmiana w stosunku do postaw sprzed dwudziestu lat.

Z drugiej strony część danych międzykulturowych podważa uniwersalizm cech uznawanych za kobiece i męskie (Spence i Helmreich, 1978; Gilmore, 1990; Herdt, 1994; Best i Williams, 1998; Levant i in, 2003). Istnieją badania wskazujące, że nawet w obrębie Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej występują różnice w tym, co jest uważane za kobiece i męskie w różnych grupach etnicznych (Konrad i Harris, 2002; Hammond i Mattis, 2005; Ojeda, Rosales i Good, 2008). A historia badań nad treścią stereotypów płci skłania do przyjęcia, że wizerunek przedstawicieli różnych płci jest zmienny także w czasie oraz

postulowania konieczności prowadzenia badań nad specyfiką poznawczych reprezentacji kobiecości-męskości w danym czasie i w danych warunkach społecznych.

W literaturze psychologicznej badania są na ogół odnoszone do jednego z dwóch znanych modeli kobiecości i męskości: do modelu jednowymiarowego bądź do modelu dwuwymiarowego. Oba modele powstały w odniesieniu do społeczeństwa amerykańskiego.

Model pierwszy, zwany modelem polaryzacji płci, dominował w badaniach nad płcią do połowy lat siedemdziesiątych zeszłego wieku. Model oparty był na założeniu o biologicznym uwarunkowaniu różnic płciowych. Uznawano dychotomię płci na poziomie morfo-fizjologicznym, psychologicznym, społecznym i kulturowym (Terman i Miles, 1936). Zakładano, że występuje silny związek między płcią biologiczną osób i ich cechami psychologicznymi (Constantinople, 1973). W związku z tym – to, co „kobiece” było uznawane za opozycję wobec tego, co „męskie”. Uznano dychotomiczny wymiar kobiecość vs męskość oraz to, że jednostka może być albo kobieca, albo męska. Poszukiwano cech specyficznych dla każdej płci.

Pojawiły się jednak dane podważające trafność modelu. Wskazywano, że w wyniku zmian kulturowych w społeczeństwie amerykańskim wątpliwa jest spójność i rozłączność atrybutów składających się na wymiar kobiecości vs męskości (Spence i Sawin, 1985). Widoczne stało się to, że w efekcie zmian cywilizacyjnych role płciowe nie są rozłączne i że najlepiej przystosowane osoby do życia społecznego to osoby, które rozwijają cechy zarówno kobiece, jak i męskie (Bem, 1975, 2000; Bem, Martyna i Watson, 1976).

Model drugi - dwuwymiarowy, zaproponowany przez Sandrę Bem (1974) oparty jest na założeniu, że istnieją dwa ortogonalne czynniki kobiecość i męskość. Każda osoba może być opisywana jednocześnie w obrębie dwóch schematów-wymiarów. Autorka nawiązywała do poglądu C. G. Junga (1992), który podkreślał, że w każdym człowieku napotkany dwa pierwiastki: męski *animus* i żeński *anima*.

Koncepcja Bem odrzuca tradycyjne założenie o dymorfizmie płciowym, a zakłada odmienną indywidualnego zróżnicowania płci w wymiarze biologicznym, społeczno – kulturowym, czy psychologicznym. Podejście to wskazuje na wagę rozróżnienia pomiędzy:

1. wizerunkiem kobiet i mężczyzn,
2. poznawczym schematem kobiecości i męskości,

bo umożliwia ono ocenianie stopnia męskości kobiet i kobiecości mężczyzn.

Dla realizacji celów niniejszej pracy ważne są oba modele. Pytanie pierwsze dotyczy tego, jakie cechy psychologiczne związane są w umysłach ludzi z kobiecością, a jakie z męskością. Pytanie drugie dotyczy tego ile jest kobiecości i mękości wśród pożądanych cech danej osoby.

### **3. Związki między wizerunkami przedstawicieli odmiennych płci a pożądanymi cechami Ja**

Wraz z zachodzącymi zmianami społecznymi, upowszechnia się pewien wizerunek przedstawicieli odmiennych płci. Jest on postrzegany jako mniej lub bardziej atrakcyjny i wpływa na tworzenie się reprezentacji pożądanych standardów Ja jako kobiety i Ja jako mężczyzny.

#### **3.1. Standardy Ja pożądanego i założenia dotyczące ich genezy**

W różnych koncepcjach regulacyjnego znaczenia poznawczych reprezentacji własnej osoby wskazuje się na rolę rozbieżności pomiędzy wizją siebie a wizją Ja pożądanego – tego jakim chciałoby się być (por. Reykowski, 1975; Greenwald i Pratkanis, 1984/1988). W koncepcji Freuda relacja ego i superego jest opisana jako źródło napięć, poczuć winy czy wyrzutów sumienia. W psychologii humanistycznej rozbieżność Ja- realne i Ja –idealne jest wskazywana jako podstawa rozwoju i samorealizacji. Wskazuje się więc na różne , negatywne czy pozytywne skutki, ukształtowania się jakichś potrzeb i aspiracji podmiotu co do właściwości Ja

Ciekawą propozycję form Ja pożądanego sformułował T. Higgins (1987). Jego *self-discrepancy theory* oparta jest na założeniu, że człowiek posiada trzy rodzaje standardów wartościowania Ja (*domains of the self*):

- Ja realne (*actual self*) – zbiór atrybutów, o których jednostka sądzi, że je posiada
- Ja powinnościowe (*ought self*) – zbiór atrybutów, o których jednostka sądzi, że powinna je mieć,
- Ja idealne (*ideal self*) – zbiór atrybutów, które jednostka chciałaby mieć;

Według Higginsa rozbieżności między tymi stanami mogą być aktywowane automatycznie i determinować zachowania. Istotne jest rozróżnienie dwóch form Ja pożądanego: formy powinnościowej (przypominającej Freudowską ideę superego) oraz idealnej (zbliżonej do idei Ja-idealnego Carla Rogersa). Te dwie formy mają istotnie odmienne skutki regulacyjne. Zdaniem Higginsa, niezrealizowanie standardów Ja-powinnościowego prowadzi do lęku, a standardów Ja idealnego do smutku. Na spójne z tym rozróżnieniem konsekwencji wskazują dane empiryczne. Teoria Higginsa była wykorzystywana w licznych

badaniach – w tym, nad depresją, zaburzeniami odżywiania, prokrastynacją, postrzeganiem własnego ciała (Higgins i Tykocinski, 1992; Higgins, Roney, Crowe i Hymes, 1994; Higgins, Shah i Friedman, 1997; Stormer i Thompson, 1996; Orellana-Damacela, Tindale i Suarez-Balcazar, 2000; Bąk, 2005, 2006; Młynarczyk, 2006; Matthews i Lynn, 2008).

Wyniki badań związanych z teorią Higginsa wskazują na to, że szczególnie znaczący wpływ na zachowanie ludzi mają standardy Ja powinnościowe - związane z większą rolą oczekiwań innych (Baldwin i Holmes, 1987; Moretti i Higgins, 1999; Woydyło, 2004). Standardy tego typu są pochodne od internalizacji oczekiwań społecznych. Jeśli podmiot odczuwa nacisk tych oczekiwań, to doświadcza powinności. Jeśli zaś standardy Ja wybiera lub sam tworzy, to w pełni je akceptuje: są ideałami czy też idealnymi wizjami tego, jakim chciałoby się być. Naruszenie powinności budzi lęk, a niespełnienie własnych oczekiwań wobec siebie – zupełnie inny rodzaj emocji: zawód, rozczarowanie sobą, to jest emocje pochodne od pierwotnego smutku.

### **3.2. Społeczne wizerunki przedstawicieli odmiennych płci a Ja pożądane**

Standardy Ja mogą mieć dwa źródła – oczekiwania własne (wewnętrzne) oraz oczekiwania narzucane przez otoczenie (zewnętrzne):

#### **1. oczekiwania/motywacje własne, wewnętrzne (*one's own standpoint*)**

powstają pod warunkiem, że podmiot określa siebie, własne ambicje i cechy, bo chciałby je mieć,

**2. oczekiwania/motywacje społeczne (zewnętrzne) (*standpoint of significant others*)** – powstają wtedy, gdy podmiot określa swoje ambicje i cechy ze względu na to, że są społecznie akceptowane i/lub są przez własne otoczenie oczekiwane.

Autorkę niniejszej pracy ciekawiło nie tylko to, jaka jest rozpowszechniona treść wizerunku płci, ale również jaka jest treść aspiracji dotyczącej atrybutów kobiecości-męskości w odniesieniu do Ja i w jakim stopniu zależy ona od rodzaju źródeł motywacji.

Zdolność formułowania przewidywań sprawia, że ludzie mogą być motywowani przez potencjalne, przyszłe konsekwencje swoich działań (Bandura, 1977/2007). Na podstawie przeszłych doświadczeń tworzą się oczekiwania, że pewne działania przyniosą pewne korzyści, inne nie będą miały znaczących skutków, a jeszcze inne zapobiegą kłopotom w przyszłości. Dzięki temu ludzie stają się zdolni do przekształcania przyszłych konsekwencji zachowania w źródła aktualnych motywacji. W jednym z badań Abele (2003) udowodniła, że absolwenci uniwersytetu określający siebie w kategoriach sprawczych

(uznawanych za cechy typowo męskie) osiągają po 18 miesiącach większe sukcesy zawodowe oraz, że aktywizacja kategorii sprawczych nasila sprawność i efektywność działania w realizacji własnych celów.

Liczne zachowania pozostają więc pod kontrolą naszych oczekiwań co do siebie. Przewidywania stymulują stosownego działania i są zachętami podtrzymującymi aktywność w określonym kierunku. Ważna jest jednak geneza standardów Ja. W dalszej części pracy oczekiwania własne i społeczne (uwewnętrznione) będą określane etykietami (1) **JA CHCĘ** i (2) **INNI CHCĄ** (choć w tym drugim przypadku należałoby zapisać: JA CHCĘ, BO INNI TEGO CHCĄ).

#### **4. Problemy, cele i założenia badań własnych**

W zależności od zmian cywilizacyjnych, kulturowych, czy mniej lub bardziej rozległych zakresów społecznych ewolucji, zmieniają się poglądy na temat atrybutów kobiet i mężczyzn. Wraz z nimi powstają odmienne modele kobiecości i męskości, opisywane w języku naukowym. Wizerunki płci nie są niezmiennie – żyją!

Badacze reprezentujący nauki humanistyczne są zgodni co do tego, że indywidualne reprezentacje rzeczywistości wiążą się z prototypami bądź stereotypami rozpowszechnianymi przez społeczeństwo. Jednostki wchodzą w interakcje z otoczeniem, rozpoznają oczekiwania, dzielają przekonania i podporządkowują swoje zachowania wymaganym regułom. Uchwycenie dynamiki zmian percepcji i wzorców zachowań stanowi wyzwanie dla badaczy, bo ważne są ustalenia dotyczące treści reprezentacji obowiązujące w danym miejscu i czasie.

##### **4.1. Historyczne przemiany społeczne a wizerunki płci**

Ważnym aspektem poszukiwań na gruncie psychologii społecznej jest analizowanie związku wizerunków płci z przypisywanymi rolami i statusem społecznym, przyznawanym ich reprezentantom. Obok różnic wynikających z anatomii, akcentowane są różnice psychospołeczne i przypisywane każdej płci etykiety. W literaturze wiele danych empirycznych wskazuje, że to, jak rozumie się „kobiecość” i „męskość” jest powiązane z wyglądem zewnętrznym, rodzajem podejmowanych ról zawodowych, rozłożeniem obowiązków wobec dzieci oraz ze specyficznymi cechami osobowości przedstawicieli poszczególnych płci (Biernat i Manis, 2007, Miluska, 2011). Eagly (1987) stwierdziła, że przypisane reprezentantom płci odmienne role społeczne, kształtują stereotypowe przekonania

na temat płci, a te wpływają na interpretację zachowań oraz na postawy w stosunku do stereotypizowanej grupy. W licznych kulturach podzielane jest przeświadczenie, że mężczyźni zasługują na wyższy status społeczny niż kobiety (Eagly i Wood, 1982).

Dokonujące się współcześnie zmiany ról społecznych, wzorce zachowań nowoczesnych kobiet i mężczyzn, dostępność tych wzorców w środkach masowego przekazu czy innych formach transmisji kulturowej sprawiają, że pewne nie budzące dawniej dysonansu przejawy nierównego traktowania kobiet i mężczyzn, uznać można za relikty przeszłości. Ewolucja dawnych przekonań miała, zaskakujące współczesnego człowieka, odzwierciedlenie w ustawodawstwie. Warto przytoczyć kilka przykładów, odnoszących się do pracy kobiet – by uzmysłowić sobie jakość przemian. Część rozwiązań ustawowych zaskoczyła autorkę pracy, z dwóch względów: po pierwsze dlatego, że dana kwestia musiała przybrać postać regulacji prawnych (że musiały być wprowadzone ustawy o treści, która wydaje się dziś oczywista), a po drugie – zaskakujące są późne daty ich wprowadzenia. I tak, w latach wskazanych poniżej, wprowadzono regulacje:

1900 – ustawę ograniczającą dzień pracy do 10 godzin,

1907 – przyznanie robotnicy prawa do rozporządzania własnym wynagrodzeniem

1909 – przyznanie prawa do płatnego urlopu położnicom,

1914 – zakaz ciężkiej pracy kobiet w ciąży i po porożu,

a w późniejszych latach wprowadzono m. in. ustawowe zapisy przyznające sprzedawczyniom prawo do urlopu i zezwalające na to, by mogły od czasu do czasu usiąść w godzinach pracy.

A oto przykład danych dotyczących aspiracji kobiet badanych po upływie wieku. Łaciak (2002) pytała dwie grupy kobiet w różnym wieku (uczennice ostatnich klas szkół ponadpodstawowych oraz kobiety dorosłe - do 35 r.ż.) z miast zachodnich województw Polski, o ich plany i marzenia zawodowe. Duża część osób planowała podnoszenie własnych kwalifikacji i dalszą naukę, gdyż były świadome, że ich przyszłość zależy od edukacji. Autorka zadawała pytanie otwarte i poprosiła o wyliczenie marzeń. Okazało się, że znaczna część z nich nie pokrywała się treściowo z tradycyjnym definiowaniem ról kobiecych. Poniżej znajduje się zestawienie marzeń w kolejności ważności dla osób badanych:

- ciekawa praca (49% wskazań uczennic i 45% wskazań kobiet do 35 r.ż)
- udane życie rodzinne (43% wskazań uczennic i 42% wskazań kobiet do 35 r.ż)



- posiadanie majątku (33% wskazań uczennic i 45% wskazań kobiet do 35 r.ż)
- dobry mąż (29% wskazań uczennic i 12% wskazań kobiet do 35 r.ż)
- szczęście (21% wskazań uczennic i 17% wskazań kobiet do 35 r.ż)
- miłość (12% wskazań uczennic i 9% wskazań kobiet do 35 r.ż)
- posiadanie domu/mieszkania (12% wskazań uczennic i 30% wskazań kobiet do 35 r.ż)

Natomiast w pytaniu „co będą robić za 15 lat” odpowiadały, że:

- będą miały własny dom (73% wskazań uczennic i 57% wskazań kobiet do 35 r.ż)
- będą miały udane życie rodzinne (83% wskazań uczennic i 64% wskazań kobiet do 35 r.ż)
- będą miały wyższe wykształcenie (54% wskazań uczennic i 39% wskazań kobiet do 35 r.ż)

Tak więc, już 10 lat temu widać było pewne rysy mentalności kobiet, odbiegające od tradycyjnych ról społecznych.

W świetle ewolucji społecznej mentalności świat kobiet i mężczyzn powoli się przekształca. Typowe role społeczne, charakterystyczne dawniej dla danej płci, ewoluują. Beck (2002) wyróżnia kilka czynników, które powodują uwolnienie kobiet od tradycyjnych ról:

1. procesy modernizacji, zwłaszcza po II wojnie światowej, zmieniły strukturę pracy w gospodarstwach domowych;
2. macierzyństwo stało się w dużej mierze efektem świadomego działania;
3. rosnąca liczba rozwodów uświadamia, że związek małżeński i rodzina nie stanowią zabezpieczenia finansowego;
4. zrównanie szans edukacyjnych powoduje silną motywację zawodową, zwłaszcza młodych kobiet.

#### **4.2. Nowe dane dotyczące spostrzegania i aspiracji kobiet**

Obiekt szczególnego zainteresowania badaczy stanowią kobiety: ich status, wizerunek, aspiracje. Dzieje się tak pod wpływem refleksji dotyczących deprecjonowania kobiet w wielu epokach i kulturach. Refleksje te pobudzają nie tylko do badań, ale i do walki o zrównanie praw (i obowiązków) reprezentantów obu płci. Za szczególnie znamienny tego przejaw uznać można niegdysiejsze maltretowanie i uśmiercanie kobiet uznanych za czarownice i aktualne starania w wielu krajach o to, by kościoły zrehabilitowały po wiekach ofiary skrajnie

odrażającej nagonki (por. temat tygodnia „Zrehabilitujmy czarownice. Spłonęły w ogniu złą wiary” – Tygodnik Powszechny z dnia 22 stycznia 2012).

Socjolog, Anna Titkow (1982, 2007), od kilku lat zadaje polskim kobietom (próba reprezentatywna) pytanie wprost – o to, w jakiej roli widzą się wchodząc w dorosłe życie. Titkow odwołuje się do podstawowych ról w sferze prywatnej i publicznej: ról żony, matki i kobiety pracującej zawodowo. Powtórzenie tego pytania w latach 1989 (por. Duch-Krzysztosek, 1989), 2002 i 2003 stworzyło możliwość zarejestrowania przemian w sposobie definiowania przez kobiety swojego miejsca w społeczeństwie. Otrzymane wyniki wskazują na istniejący systematyczny wzrost liczby kobiet, które widzą się jako w pełni godzące pracę zawodową i dom (1979 - 41,3%; 2003 - 68,5%). Takie deklaracje są zgodne z realizowaniem syndromu „super kobiety” (Hansen-Shaevitz, 1984; Frąckowiak-Sochańska, 2010). Ciekawym wynikiem świadczącym o tym jak mocno role zawodowe kobiet wydają się lokowane w ich planach życiowych jest odpowiedź na pytanie: „Czy nadal pracowałabyś, gdybyś zdobyła dostatecznie dużo pieniędzy, aby żyć wygodnie do końca życia? W 1989 roku twierdząco odpowiedziało 72,8% kobiet i 79,4% mężczyzn (Titkow, Duch-Krzysztosek i Dukaczewska-Nałęcz, 1999 – za: Titkow, 2007).

Łaciak (2002) badała kobiety z małych miast z dużym bezrobociem, z zachodnich województw kraju. Kobiety dzieliły się na dwie grupy wiekowe: uczennice ostatnich klas szkół ponadpodstawowych oraz kobiety dorosłe (do 35 r.ż.). W odpowiedzi na pytanie o rolę kobiety, badane najczęściej wskazywały na sformułowania związane z łączeniem obowiązków domowych i zawodowych kobiet (72% wskazań uczennic i 68% kobiet dorosłych). Stwierdzenie, że kobieta powinna zajmować się tylko wychowaniem dzieci zyskało znacznie niższe rangi (13% wskazań uczennic i 16% kobiet dorosłych). Trzeba nadmienić, że dane te różnią się od wyników uzyskanych przez Falkowską (1997) – na próbie ogólnopolskiej, a zatem z udziałem populacji z różnych regionów kraju. W tym badaniu 37% Polaków zgadzało się ze stwierdzeniem, że kobiety powinny się zajmować tylko wychowaniem dzieci.

Współcześni respondenci wykazują bardziej pozytywne nastawienie do pracy zarobkowej kobiet, równości wynagrodzenia i podziału obowiązków domowych niż respondenci sprzed kilkadziesiąt lat (Helmreich, Spence i Gibson, 1982; Simon i Landis, 1989). Ten proces, nazywany przez niektórych badaczy „kształtowaniem się nowego kontraktu płci” (Fuszara, 2002), wiąże się zapewne z obrazem społeczeństwa kreowanym przez media, które od lat próbują zerwać z tradycyjnym modelem kobiecości i męskości (Fuszara, 1997;

Siemieńska, 2005; Bajkowski, 2010). W badaniach Bajkowskiego (2010), na próbie polskich studentów, okazało się, że ponad 88% osób badanych dostrzega różnicę we współczesnym pojmowaniu kobiecości, a tym prezentowanym dawniej (np. 20 lat temu). Przy analogicznym porównaniu odniesionym do kategorii męskości, różnicę dostrzega około 69% badanych. Jako większe oceniane są zmiany obrazu kobiecości i męskości przez kobiety (odpowiednio prawie 90% i 73%) niż przez mężczyzn (86% i 64%).

Wizerunek przedstawicieli płci zmienia się. Realne zmiany społeczne mają ogromny wpływ na jego obecną treść. Niektórzy badacze twierdzą, że trend narastającej sprawczości kobiet (rzekomy atrybut męskości) będzie kontynuowany w przyszłości (Diekmann i Eagly, 2000; Spence i Buckner, 2000).

Nasuwa się pytanie o to, w jaki sposób treść obecnych wizerunków wpływa na zachowania ludzi? Teoria społecznego uczenia się Bandury (1977/2007) zakłada przenikanie się motywacji indywidualnego człowieka oraz warunków zewnętrznych. Według niej ludzie są motywowani nie tylko przez siły wewnętrzne, ani też przez czynniki środowiskowe. „W rzeczywistości, funkcjonowanie psychologiczne człowieka polega na ciągłej, wzajemnej interakcji determinant osobowych i środowiskowych” (Bandura, op. cit., s. 29).

Ludzkie zachowanie jest współdeterminowane przez mentalność samej jednostki i nastawienia środowiskowe. Według Jarymowicz „siła przekonań dotyczących tego, kim i jaki jestem oraz tego, kim i jaki chciałbym być, ma kolosalny wpływ na to, jak funkcjonujemy” (Jarymowicz, 2008, s.19). Niniejszej pracy przyświeca założenie, że zmiany w postrzeganiu cech przedstawicieli płci wyzwalały nowe zachowania jednostek, a te – z kolei – prowadzą do zmian mentalności i osobowości podmiotu.

#### **4.3. Cele podjętych badań oraz główne założenia**

Podjęte badania związane były z dwoma podstawowymi celami:

- (1) uchwycenia syndromu cech reprezentatywnych dla wizerunków kobiet i mężczyzn,
- (2) uchwycenia przejawów ukierunkowania zmian tychże wizerunków.

Zrealizowanie tych celów powiązane zostało z przyjęciem kilku założeń – zarówno teoretycznych, jak i metodologicznych.

W związku z celem (1), chodziło o znalezienie sposobu na uchwycenie atrybutów schematowych (w terminologii Markus, op. cit.) dla wizerunków reprezentantów dwojga płci. Chodziło – po pierwsze – o opracowanie metody wolnej od wad technik sondażowych, w których respondenci udzielają często

odpowiedzi zasłyszanych i niespójnych z ukształtowanymi we własnym umyśle przekonaniami; przyjęto, że należy opracować technikę wymuszającą refleksje nad postawionymi pytaniami oraz niestandardowy sposób odpowiadania na pytania (dla uniknięcia prowokowania odpowiedzi stereotypowych). Chodziło – po drugie – o zarejestrowanie atrybutów o możliwie wysokich wskaźnikach społecznego konsensusu; przyjęto, że nie należy narzucać listy atrybutów kobiecości i męskości, lecz skonstruować zestaw wyłoniony empirycznie i aktualnie. Chodziło – po trzecie – o to, by (wobec braku środków na badanie próby statystycznie reprezentatywnej) dobrać populację osób badanych o przekonaniach reprezentatywnych dla współczesnej mentalności Polaków; przyjęto, że populację taka stanowią ludzie stosunkowo młodzi, z wyższym wykształceniem.

W związku z celem (2), chodziło o znalezienie sposobu na uchwycenie przemian wizerunków kobiet i mężczyzn. Tego typu cele nie mogą być realizowane w toku badań podłużnych, nawet jeśli pozwalają na to środki materialne – ze względu na tempo zmian. Przyjęte więc zostały dwa założenia: 1/ o tym, że przemiany powinny być widoczne w analizach porównawczych grup w różnym wieku; zaplanowane zostały badania w dwóch grupach wiekowych, 2/ o tym, że o przejawach zmian mentalności świadczyć mogą aspiracje podmiotu: treści Ja pożądanego, definiowanego jako antycypowane wizje własnej osoby; cel (2) został powiązany operacyjnie z pomiarem standardów Ja.

#### **4.4. Rejestr pytań badawczych**

W niniejszej pracy autorka postawiła dwa główne pytania badawcze:

- 1/ Jakie cechy są przypisywane kobietom i mężczyznom?
- 2/ Na ile cechy pożądanego własnego Ja są powiązane z atrybutami kobiecymi i męskimi?
- 3/ W jakim stopniu oczekiwania wobec cech poświadczanych własnego Ja są własne (wewnętrzne), a w jakim społeczne (zewnętrzne)?

Pulę pytań badawczych powiększono o:

- ad 1).    znaczenie płci osób badanych  
          znaczenie wieku osób badanych
- ad 2).    znaczenie płci osób badanych  
          znaczenie wieku osób badanych
- ad 3).    znaczenie płci osób badanych  
          znaczenie wieku osób badanych  
          znaczenie tego, kto pożąda kobiecych bądź męskich cech Ja

- sam podmiot
- otoczenie

Informacjom o programie badań poświęcona jest kolejna część pracy, a prezentacji danych uzyskanych dla odpowiedzi na główne pytania – część trzecia rozprawy.

## **CZĘŚĆ II**

### **METODOLOGIA BADAŃ WŁASNYCH**

W niniejszym rozdziale kolejność opisywanych wątków metodologicznych ułożona jest w zgodzie z postawionymi w pracy pytaniami badawczymi. Tabela 1 przedstawia etapy badań z uwzględnieniem problemów badawczych i wykorzystanych technik.

Tabela 1. Ogólny schemat badań własnych z uwzględnieniem obszarów badawczych i wykorzystanych technik pomiaru

Obszar badawczy	Technika badawcza
I. Współczesny wizerunek przedstawicieli różnych płci: eksploracja różnic płci oraz wieku osób badanych w zakresie postrzegania cech typowej kobiety i typowego mężczyzny	Autorskie narzędzie pomiaru treści wizerunku płci
II. Cechy pożądane Ja współczesnych kobiet i mężczyzn w przebadanej próbie	Zmodyfikowana technika „Moje cechy pożądane”

Omówione zostaną kwestie metodologiczne i warsztatowe, skoncentrowane – po pierwsze – na pytaniu 1: ***Jakie cechy są przypisywane kobietom i mężczyznom przez osoby badane o różnej płci i w różnym wieku.*** W tej części zostaną zaprezentowane sposoby mierzenia reprezentacji kobiet i mężczyzn w różnych badaniach, z wykorzystaniem odmiennych technik i metodologii. Następnie zostaną sformułowane przesłanki operacyjne dla własnej metody badania oraz szczegółowy opis konstrukcji nowego, autorskiego narzędzia pomiaru treści wizerunku płci.

Po drugie, omówiona zostanie metodologia służąca uzyskaniu danych dla odpowiedzi na pytanie 2: ***Jakie cechy pożądane własnego Ja są powiązane z atrybutami kobiecymi i męskimi.*** W tej części zostaną szczegółowo opisane etapy modyfikacji użytej w badaniach techniki „Moje cechy pożądane”.

Ponieważ obydwie części będą zawierać elementy pracy psychometrycznej, dlatego w tym rozdziale będą się znajdować wyniki analiz statystycznych w celu przedstawienia rzetelności użytych w badaniach własnych, autorskich technik.

Po trzecie, przedstawiona zostanie procedura badań, w których zastosowano obydwie wyżej opisane metody, w celu porównań międzyosobowych. Zastosowanie takiej metodologii służy uzyskaniu danych dla odpowiedzi na pytanie 3: ***W jakim stopniu oczekiwania wobec cech pożądanych własnego Ja są własne (wewnętrzne), a w jakim społeczne (zewnętrzne)?***

## **5. Przesłanki dla konstrukcji narzędzia pomiaru treści wizerunków płci**

### **5.1. Reprezentacje poznawcze kobiet i mężczyzn oraz sposób ich pomiaru**

Zagadnienie umysłowych reprezentacji rzeczywistości nie jest przedmiotem badań tylko psychologów. Co więcej, to badacze z innych dziedzin nauk humanistycznych podejmowali temat reprezentacji społecznej już przeszło wiek temu (Szacki, 2006). Głosili, że indywidualne reprezentacje wiążą się z postrzeganymi prototypowymi cechami, które akcentuje społeczeństwo. Co więcej, jednostki wchodząc w interakcje z otoczeniem, rozpoznają wizerunki i oczekiwania i zgodnie z nimi regulują swoje zachowanie.

Skoro jednostka dostosowuje się swoje przekonania (w większym lub mniejszym stopniu) do społecznych reprezentacji, to badacza - psychologa musi interesować to, jakie są **treści reprezentacji obowiązujących w danym miejscu i czasie**.

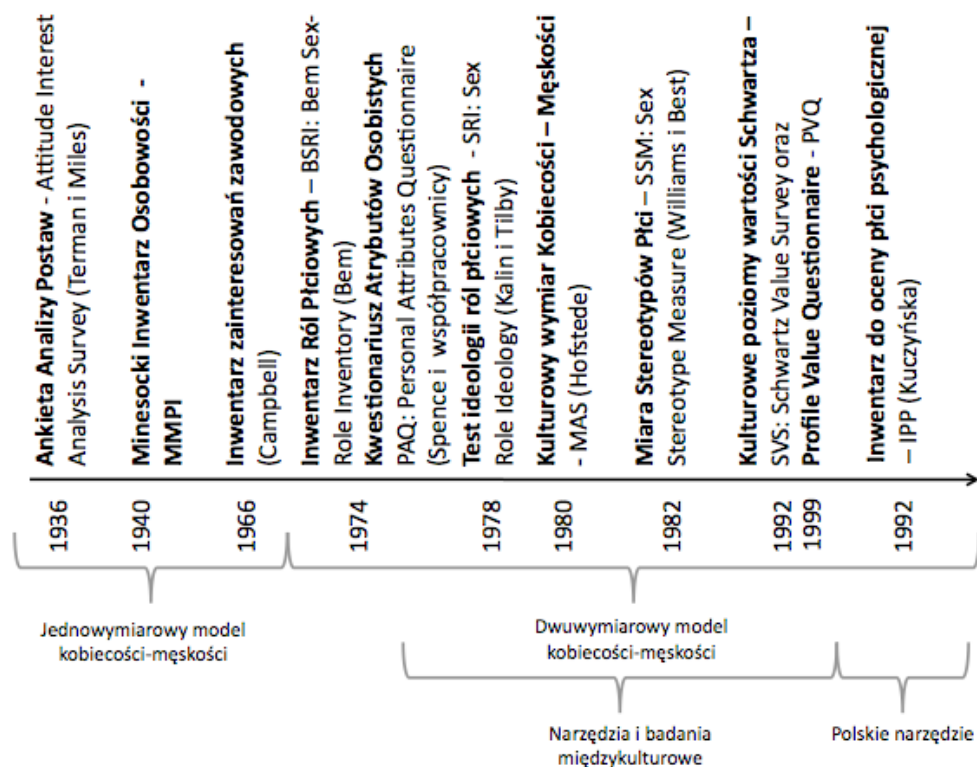
### **5.2. Badania treści stereotypów płci w psychologii: od historii badań kobiecości i męskości, po aktualne kwestie metodologiczne**

W niniejszym rozdziale będzie mowa o badaniach treści stereotypów płci, bo autorzy tak nazywali przekonania co do atrybutów kobiecości i męskości.

#### **5.2.1. Krótki przegląd najważniejszych narzędzi do badania treści stereotypów płci**

Wraz z rozwojem teorii związanych z kobiecością i męskością powstawały nowe narzędzia pomiaru. Najważniejsze z nich pokazane są w kolejności chronologicznej i z uwzględnieniem podejść teoretycznych oraz obszarów badawczych na Rycinie 2.





Rycina 2. Najważniejsze narzędzia do pomiaru kobiecości i męskości

Zwięzły przegląd wymienionych technik zostanie dokonany w kolejnym podrozdziale.

#### 5.2.1.1. Badania treści stereotypów płci oparte o jednowymiarowy model kobiecości – męskości

Do lat siedemdziesiątych zeszłego wieku w badaniach nad treścią stereotypów płci dominował jednowymiarowy model kobiecości – męskości. Na poziomie praktyki badawczej naukowcy włączali skale kobiecości – męskości (MMPI, 1940) do pomiaru cech osobowości (Terman i Miles, 1936), czy inwentarzy zainteresowań zawodowych (Campbell, 1966).

#### Ankieta Analizy Postaw - AIST: Attitude Interest Analysis Survey (Terman i Miles, 1936)

Narzędzie składało się 456 pozycji. Punktacja rosła im dany wynik był bliżej krańca opisanego jako męskość, a malała im dany wynik był bliżej krańca skali opisywanej jako kobiecość. I tak na przykład: im bardziej dana osoba wskazywała, że lubi dzieci i pielęgniarstwo tym wyższe punkty dostawała na skali kobiecości i tym samym niższe na ogólnej skali. I na odwrót: im bardziej dana osoba lubiła osoby z donośnym głosem lub polowania, tym wyższe punkty dostawała na skali męskości i tym samym wyższe wyniki na ogólnej skali.

Test nie miał żadnego podłoża teoretycznego – po prostu oczekiwano, że mężczyźni uzyskują inne wyniki niż kobiety. Nigdy też nie sprawdzono trafności narzędzia.

### **Minesocki Inwentarz Osobowości - MMPI: Minnesota Multiphasic Personality Inventory) (1940)**

Skala mierząca kobiecość – męskość była jedną z podskal Minesockiego Inwentarza Osobowościowego - MMPI, powszechnie stosowanego w diagnozie klinicznej w celu diagnozy psychopatologicznej. Całe narzędzie zawierało 566 pozycji z czego 56 wchodziło w skład skali kobiecości-męskości (K-M), służącej do oceny stereotypowych męskich i kobiecych zainteresowań i zachowań.

Trafność skali zmierzono porównując odpowiedzi 54 heteroseksualnych żołnierzy z odpowiedziami 13 homoseksualnych żołnierzy. Okazało się, że odpowiedzi żołnierzy homoseksualistów zostały potraktowane jako standard kobiecości. Warto nadmienić, że skala ta nie była skuteczna w diagnozowaniu homoseksualizmu wśród żołnierzy.

#### **5.1.2.2. Badania treści stereotypów płci oparte o dwuwymiarowy model kobiecości – męskości**

Na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych pojawiają się nowe koncepcje krytykujące jednowymiarowy model (zwany modelem polaryzacji). Badacze zaczęli wykazywać, że:

- wykorzystywane narzędzia badawcze oparte o jednowymiarowy model kobiecości - męskości wyolbrzymiały różnice między kobietami a mężczyznami;
- skale opisujące wymiar kobiecości zbudowane są częściej z cech obarczonych negatywnymi konotacjami.

Nowe koncepcje zakładały relatywną niezależność wymiarów kobiecości i męskości. Zaczęły powstawać nowe narzędzia do pomiaru kobiecości i męskości, a co za tym idzie do badania treści stereotypów (Lewis, 1984; Robinson, Shaver i Wrightsman, 1991; Miluska i Boski, 1999; Chrisler i McCreary, 2010).

### **Inwentarz Ról Płciowych - BSRI: Bem Sex-Role Inventory (Bem, 1974)**

Największą popularność zyskało narzędzie Sandry Bem (1974). W koncepcji teoretycznej i narzędziu pomiarowym - Inwentarzu Ról Płciowych (**BSRI**) - kobiecość i męskość definiowane były jako cechy i zachowania typowe dla płci. Bem wyróżniła 4 kategorie osób, charakteryzujących się różnymi

cechami i zachowaniami typowymi dla płci, wynikające z nakładania się tych dwóch wymiarów: osoby określone seksualnie (*sex-typed*), krzyżowo określone seksualnie (*cross sex-typed*), osoby androgyniczne i nieokreślone seksualnie (*undifferentiated*).

**Osoby określone płciowo** – cechy psychiczne odpowiadają ich płci biologicznej (kobięce kobiety i męscy mężczyźni); ludzie ci nie tylko przyjmują kulturowe stereotypy męskości lub kobiecości, ale i odrzucają rolę przypisywaną odmiennemu rodzajowi

**Osoby androgyniczne** – jednakowy i wysoki stopień nasilenia cech kobiecych i męskich, niezależnie od płci biologicznej

**Osoby nieokreślone płciowo** – nieukształtowane ani cechy kobiece, ani męskie, niezależnie od płci biologicznej

**Osoby określone skrzyżowanym występowaniem cech związanych z płcią** – większy stopień nasilenia cech psychicznych odpowiadających płci przeciwnej niż cech zgodnych z własną płcią biologiczną

Bem uznała, że cechy psychiczne człowieka związane z płcią uwarunkowane są kształtem koncepcji własnej osoby. Dlatego możliwe są warianty: u osób określonych seksualnie i krzyżowo koncepcja własnej osoby powstaje na bazie społecznie zdefiniowanego schematu płci, a u osób androgynicznych i nieokreślonych poza tym schematem.

Zarówno koncepcja teoretyczna, jak i narzędzie Bem wywołało wiele kontrowersji. Sama Bem wielokrotnie weryfikowała trafność narzędzia (Bem i Andersen, 1981; Frable i Bem, 1985). Czynili to także inni badacze (Lippa, 1983; Larsen i Seidman, 1986). Wiele badań nie potwierdza wyników Bem. Część badaczy podważyło trafność BSRI (Mills i Tyrrell, 1983; Deux, Kite i Lewis, 1985; Choi i Fuqua, 2003).

### **Kwestionariusz Atrybutów Osobistych - PAQ: Personal Attributes Questionnaire (Spence, Helmreich i Stapp, 1974; Spence i Helmreich, 1975)**

Jedną z pierwszych osób, która podważyła koncepcję Bem i stworzyła własne narzędzie do pomiaru kobiecości i męskości była Janet T. Spence. Jej autorskie narzędzie zostało oparte o dwuczynnikowy model kobiecości –

męskości. Powstała też wersja rozszerzona PAQ (Spence i in., 1974, Spence i Helmreich, 1975). Choć kwestionariusz ten został utworzony na podstawie kulturowych definicji kobiecości i męskości, to skala męskości została nazwana instrumentalną (*The instrumental scale*), a skala kobiecości ekspresyjną (*The expressive scale*). Wiele badań empirycznych wykazało, że zarówno skale Bem - kobiecość i męskość oraz skale Spence'a - instrumentalna i ekspresyjna mierzą to samo (Lubinski, Tellegen i Butcher, 1983; Spence, 1991).

Kwestionariusz Atrybutów Osobistych PAQ składa się z 24 cech, którymi osoby badane mają zadanie się opisać na bipolarnej skali: od męskiej do nie-męskiej (np.: bardzo zależny (*very independent*) do w ogóle niezależny (*not at all independent*) lub na skali: od kobiecej do w ogóle nie-kobiecej (np.: bardzo emocjonalny (*very emotional*) do w ogóle nie emocjonalny (*not at all emotional*). W oryginalnym narzędziu były używane 3 skale: kobieca, męska i androgyniczna (*M-F scale*), na każdą z nich przypadało po 8 cech. Większość badaczy korzysta w badaniach z całego kwestionariusza, ale używa do analiz tylko skal kobiecości i męskości.

W 1981 powstała niemiecka adaptacja PAQ - GEPAQ: German Extended Personal Attributes Questionnaire (Runge i in., 1981).

### **5.1.2.3. Międzykulturowe badania i narzędzia do badania kobiecości i męskości**

Przedstawiciele psychologii międzykulturowej zakładają, że wymiar kobiecości – męskości jest jednym z kluczowych w pełnieniu ról społecznych specyficznych dla danej kultury. Warto podkreślić iż w tym podejściu kobiecość i męskość są cechami społeczeństw, a nie jednostek (Miluska i Boski, 1999; Hofstede, 2000).

#### **Test ideologii ról płciowych Kalina - SRI: Sex Role Ideology (Kalin i Tilby, 1978).**

Test SRI (Kalin i Tilby, 1978) składa się z 30 pozycji dotyczących relacji między rolami męskimi i kobiecymi. Połowa stwierdzeń była sformułowana w sposób bliższy ideologii postępowej (egalitarnej) np.: „Kobieta powinna się cieszyć dokładnie taką samą swobodą działania jak mężczyzna”; „Kobiecie powinien być przysługiwać dokładnie ten sam stopień swobody działania, co mężczyźnie”, a druga połowa była sformułowana w sposób bliższy ideologii tradycyjnej np: „Mąż powinien być uważany za przedstawiciela rodziny we wszystkich kwestiach związanych z prawem”; „Kobieta powinna przykładać wiele uwagi temu, jak się prezentuje, gdyż może mieć to wpływ na to, co ludzie myślą o jej mężu”.

Skala SRI ma istotną słabość metodologiczną: pozycje tradycyjne i egalitarne nie są symetryczne dla obu płci. Pozycje tradycyjne związane są z uprzywilejowaniem mężczyzn i podporządkowaniu kobiet. Pozycje egalitarne zawsze oznaczają emancypację kobiet.

W badaniach międzykulturowych kobiety miały (w kwestiach kobiecości – męskości) przeważnie bardziej postępowe poglądy niż mężczyźni (wyjątkiem były dane uzyskane od kobiet z Malezji i Pakistanu). Stopień związku pomiędzy wynikami uzyskanymi przez kobiety i mężczyzn powiązany był z rozwojem społeczno – ekonomicznym kraju. Okazało się, że bardziej postępową ideologia ról płciowych na ogół występowała w krajach bardziej rozwiniętych (Kalin i Tilby, 1978; Boski, 1999).

### **Kulturowy wymiar Kobiecości – Męskości w pracach Hofstede - MAS**

W badaniach Hofstede (1980, 2000) wymiar kultury kobiecość – męskość (MAS) odniesiony został do założenia, że stosunki między kobietami i mężczyznami mogą być różnie regulowane w danej kulturze ze względu na sposób ujęcia ról płciowych i przywiązywanego im znaczenia. Innymi słowy chodziło o to, by uwzględnić, że wymiar ten różni się w zależności od stopnia ważności danej płci i ról przez nią pełnionych w różnych krajach i kulturach. Wymiar powstał w wyniku analizy czynnikowej, której zamierzonym celem był inny pomiar (wymiar indywidualizm - kolektywizm). Wynik analiz czynnikowych wskazał na istnienie niezależnej, dwubiegunowej skali. Okazało się, że pozycje skupione wokół bieguna „męskiego” były bardziej, silniej akceptowane przez badanych mężczyzn, zaś pozycje, które tworzyły biegun „kobiecy” były istotnie częściej wybierane przez badane kobiety. Biegun „męskości” opisywany jest przez wartości związane z sukcesem zawodowym i finansowym. Biegun „kobiecości” związany jest z dobrymi stosunkami interpersonalnymi w pracy i w życiu społecznym. Według Hofstede kultury męskie charakteryzują się wysokim stopniem rozbieżności między rolami płciowymi, a w kulturach kobiecych występuje unifikacja ról płciowych.

Z punktu widzenia metodologicznego wyłonienie wymiaru kobiecości – męskości uznane było przez różnych badaczy za niewystarczająco klarowne. Brak spójności między teoretycznym a empirycznym rozumieniem tego konstruktu jest do dzisiaj często podejmowanym wątkiem w dyskusji (Schwartz, 1999; Jones, 2007). Chodzi zarówno o procedury dojścia do określenia wymiaru (droga stwierdzonych *post hoc* różnic w preferencjach obu płci a nie droga derywacji teoretycznej), jak i wprowadzenia (bez niezależnego pomiaru) drugiego kryterium

– stopnia pokrywania się ról płciowych. Krytyce podlega również metodologia badań, a nawet założenia i użyte metody statystyczne w badaniach Hofstede (Dorfman i Howell, 1988).

### **Badania Buss'a i współpracowników**

Prace Buss'a i jego współpracowników (1990) wywodzą się z tradycyjnej psychologii ewolucyjnej i socjobiologii. Zgodnie z tą perspektywą teoretyczną mężczyźni i kobiety mają odmienne preferencje i strategie wyboru partnera seksualnego. W międzykulturowych badaniach, potwierdzone zostały niektóre z założeń psychologii ewolucyjnej: dla kobiet zasoby finansowe i szanse finansowe partnera oraz cechy im sprzyjające (ambicja, przedsiębiorczość) mają większe znaczenie w wyborze partnera niż dla mężczyzn w wyborze partnerki. Dla mężczyzn kluczowymi zaletami, cechami charakterystycznymi dla kobiet jest dobry wygląd fizyczny, umiejętność gotowania i zajmowania się gospodarstwem domowym. Stopień zgodności pomiędzy preferencjami płci (dymorfizm płciowy) jest wysoki ( $\rho = 0.87$ ), lecz okazało się również, że różnice kulturowe są istotne. Dymorfizm płciowy w dużej mierze pokrywa się z tradycjonalizmem kulturowym np: w Holandii, gdzie role płciowe się pokrywają w najwyższym stopniu (co jest przejawem niskiego dymorfizmu), kobiety i mężczyźni kierują się cechami osobistymi w wyborze partnera, ale w krajach o wysokim dymorfizmie płciowym głównymi kryteriami przy wyborze partnera są role „domowo – rodzinne”.

### **Miara Stereotypów Płci - SSM: Sex Stereotype Measure (Williams i Best, 1982, 1990).**

W badaniu Williams i Best (1990) użyto 300 przymiotników opisujących kobiety i mężczyzn, pochodzących z Listy Przymiotników ACL (*Adjective Check List*) (Gough i Heilbrun, 1980). Okazało się, że kobiety prezentują znacznie bardziej egalitarne ideologie związane z rolami płciowymi niż mężczyźni (w 12 spośród 14 krajów: tylko kobiety z Malezji i Pakistanu wyrażają i uznają tradycyjne role płciowe).

### **Kulturowe poziomy wartości Schwartza - SVS: Schwartz Value Survey (1992)**

Schwartz (1992, 1994, 2004) użył w swoich badaniach listy wartości M. Rokeacha (1973) dla skonstruowania bardziej rozbudowanego narzędzia pomiarowego: SVS.

W wyniku przeprowadzonych analiz – na próbkach nauczycieli i studentów z dziesiątek krajów świata, Schwartz wyróżnił siedem typów wartości

kulturowych. Koncepcja teoretyczna w dużej mierze dotyczy wzajemnych relacji wprowadzonych wymiarów: zwłaszcza ich zgodności i konfliktowości. Jednym z otrzymanych wyników jest struktura gdzie *konserwatyzm* (interpretowany też jako *kolektywizm*) jest ujemnie skorelowany z obu rodzajami *autonomii* (*afektywną i intelektualną*), które z kolei są konstruktami bliskimi pojęciowo i empirycznie *indywidualizmowi*. Schwartz porównał swoje poziomy wartości z wymiarami Hofstede. Najważniejszym wynikiem, w świetle badań nad kobiecością – męskością, jest związek między *męskością* u Hofstede a *mistrzostwem* u Schwartz’a. Oznacza to, że kultury męskie zawierają elementy wyzwalające motywację osiągnięć. Warto dodać, że ambicja, niezależność i sukces – wartości tworzące syndrom mistrzostwa w badaniach Schwartz’a – są również obecne w skali *męskości* Hofstede (uznanie, zarobki, awans i wyzwanie w pracy).

#### **PVQ: Profile Value Questionnaire (Schwartz, Lehmann i Roccas, 1999)**

Narzędzie to powstało w połowie lat 90-tych (Schwartz, Lehmann i Roccas, 1999). Istotna zmiana w stosunku do oryginalnego SVS polega na przedstawianiu osobom badanym profilu wartości sformułowanych w trzeciej osobie (ON dla mężczyzn i ONA dla kobiet), będące sposobami myślenia i postępowania nieznanego człowieka. Zadaniem osoby badanej jest określenie stopnia podobieństwa własnych zasad względem tak przedstawionego człowieka. Schwartz podaje bardzo wysokie wyniki konwergencji pomiarów uzyskanych za pomocą obu narzędzi (za: Boski, 2009; Schwartz, Melech, Lehmann, Buges i Harris, 2001).

#### **5.2.2.4. Narzędzia do pomiaru treści stereotypu w Polsce**

##### **Inwentarz do oceny płci psychologicznej - IPP (Kuczyńska, 1992)**

IPP (Kuczyńska, 1992) to narzędzie, które powstało głównie w oparciu o teorię schematów płciowych Bem (1981). Postanowiono nie adaptować BSRI, tylko stworzyć nowe narzędzie w polskich warunkach. Pierwszym etapem pracy było poznanie treści polskiego stereotypu kulturowego kobiecości i męskości. Eksperymentalna wersja Inwentarza składała się z 45 cech, którą przebadano 79 studentów. Trafność teoretyczna narzędzia oceniana była na podstawie wyników IPP osób transseksualnych (n = 24; w zróżnicowanym przedziale wiekowym: 18 – 44 lata). Wątpliwości dotyczą kryterium doboru grupy (były to tylko

transseksualistki kobiety, przeważnie w stanie wolnym, zamieszkałe w miastach, pochodzące ze środowisk inteligenckich) oraz teoretycznego założenia, że odpowiedzi tych kobiet będą podobne do wyników studentów (mężczyzn).

### 5.2.2. Kwestie metodologiczne związane z narzędziami pomiaru treści stereotypów płci

Smiler i Epstein (2010) podjęli się metodologicznego podsumowania narzędzi do pomiaru treści stereotypów płci i wskazali współczesne kierunki metodologii i analiz jakie powinny być brane pod uwagę przy konstrukcji takich narzędzi.

Autorzy wskazują na:

- niską wewnętrzną zgodność poszczególnych skal;
- brak confirmacyjnych analiz czynnikowych (CFA) dla wielu skal;
- w opisie wielu narzędzi brak trafności zbieżnej (*convergent validity*);
- (nie)trwałość narzędzi (*longevity*) w czasie: BSRI i PAQ mają po 30 lat.

Dane z wielu badań wskazują, że od lat siedemdziesiątych wyniki uzyskiwane za pomocą BSRI i PAQ konsekwentnie rosną - osoby badane otrzymują coraz wyższe wyniki na poszczególnych skalach (Twenge, 1997). Spence i Hahn (1997) sugerowali nawet występowanie efektu sufitowego wyników w BSRI i PAQ. Badania wskazują, że zmiany społeczne wymagają od badaczy odświeżania starych narzędzi lub wprowadzania nowych (Ciechanowicz, 1990; Swim i in., 1995; Hoffman i Borders, 2001; Konrad i Harris, 2002).

W badaniach Holt i Ellis (1998) okazało się, że niektóre cechy, które wchodziły w skład skal kobiecości (np.: *lojalny*, *dziecinny*), nie różnicują przedstawicieli różnych płci w badaniach przeprowadzonych 30 lat później niż oryginalne badania.

Dotychczasowe badania nad treścią stereotypów płci wskazują, że zmiany społeczne wymuszają na badaczach weryfikowanie starych narzędzi lub tworzenie nowych, współczesnych narzędzi przeznaczonych do badania konkretnych populacji.

W Polsce nie ma aktualnego narzędzia do badania treści stereotypów płci. Dostępne narzędzie IPP nie spełnia dzisiejszych kryteriów metodologicznych, związanych z tworzeniem narzędzi badawczych.



### **5.2.3. Założenia do konstrukcji narzędzia pomiaru treści wizerunków płci w badaniach własnych**

W oparciu o postulaty dotyczące metodologii pomiaru treści stereotypów płci współczesnych badaczy (m.in. Smiler i Epstein, 2010) autorka przyjęła następujące założenia w badaniach własnych, dotyczących pytania Jakie cechy są przypisywane kobietom i mężczyznom:

1. lista atrybutów specyficznych dla kobiet i mężczyzn nie może być intuicyjna, wynikająca z istniejących stereotypów - bo z założenia reprezentacje poznawcze ulegają dynamicznym zmianom; badacz musi więc uzyskać możliwie obszerny, bogaty i zróżnicowany zbiór cech uznawanych aktualnie za atrybuty charakterystyczne dla reprezentantów różnych płci;
2. istnieje potrzeba uzyskania informacji o tym, na ile zgromadzone, uzyskane wymiary uznawane są za prototypowe (specyficzne) dla kobiet i mężczyzn przez daną osobę badaną;
3. należy unikać pytań wprost, bo osoby badane mogą odpowiadać stereotypowo, a nie analitycznie.

### **5.2.4. Wybór grupy docelowej**

W badaniach własnych zdecydowano się na udział przedstawicieli z wykształceniem wyższym i studentów. Wybór takich właśnie kategorii społecznych był podyktowany względami merytorycznymi:

- osoby z wykształceniem wyższym są przedstawicielami pewnego rodzaju elity, która jest stosunkowo najbardziej otwarta na nowe trendy społeczne oraz ma gotowość do ich kształtowania: dostarczania nowych wzorców realizacji wartości;
- studenci stanowią młodsze pokolenie przyszłej inteligencji, która będzie aktywnie tworzyć nową rzeczywistość przez stosunkowo długi czas i realizowanie uznawanych wartości.

Podobny wybór merytoryczny grup osób badanych stosował Schwartz (2004), który badał wyselekcjonowanych nauczycieli i studentów (otwartych na nowość i kreujących ją). Nauczyciele zostali wybrani na podstawie założenia, że są oni instytucjonalnymi „przekazicielami” wartości, głównie wartości historycznych, o uznanym miejscu w kulturze kraju i norm takich, jak dyscyplina, stosunek do starszych, czy do kolegów. W latach siedemdziesiątych podobne zabiegi metodologiczne opisał Stefan Nowak (1978), jako paradygmat tzw. grup o specyficznych właściwościach.

## 6. Metoda i konstrukcja autorskiego narzędzia pomiaru treści wizerunku płci

Tworzenie narzędzia przebiegało wieloetapowo. Tabela 2 przedstawia wszystkie etapy konstrukcji narzędzia.

Tabela 2. Poszczególne etapy konstrukcji narzędzia do pomiaru treści wizerunku płci

	OPIS ETAPU	CEL ETAPU
ETAP 1	Generowanie i wstępna agregacja pozycji testowych (2007)	Stworzenie listy przymiotników/cech do kwestionariusza
ETAP 2	Badanie pilotażowe (2007)	
ETAP 3	Badanie eksploracyjne (2007 - 2008)	Wyodrębnienie struktur w oparciu o analizy czynnikowe
ETAP 4	Badania confirmacyjne (2008; 2010)	Weryfikacja stabilności narzędzia

### ETAP 1: Generowanie i wstępna agregacja pozycji testowych

Uczestników (6 osób) seminarium rocznego, poświęconego stereotypom płci prowadzonego w ramach zajęć na Uniwersytecie Warszawskim, poproszono o wygenerowanie puli pozycji kwestionariuszowych – przymiotników lub cech - adekwatnych do opisu płci i ról płciowych. Osoby uczestniczące w seminarium miały generować pozycje w oparciu o wcześniejsze dyskusje oraz szeroki przegląd literatury poświęconej pomiarowi stereotypów i ról płciowych (Bem, 1974, 1981, 2000; Kuczyńska, 1992; Deaux i Kite, 2002).

Stworzono w ten sposób listę 52 cech. Ze względu na relatywnie niewielką liczbę wygenerowanych cech, jak i w celu uniknięcia „efektu eksperymentatora” (*researcher bias*) postanowiono zastosować dodatkową procedurę (Etap 2).

### ETAP 2: Badanie pilotażowe

Drugą zastosowaną procedurą było badanie pilotażowe, w którym poproszono 10 osób (5 kobiet i 5 mężczyzn) o stworzenie listy minimum 30 przymiotników, które w najbardziej adekwatny sposób opisują mężczyzn oraz kobiety. W sumie osoby badane wygenerowały 328 cech (Załącznik 1), w tym 197 cech opisujących kobiety (średnia liczba wystąpień cech  $M = 1,81$ ;  $SD = 1,59$ ) oraz 185 cech opisujących mężczyzn ( $M = 1,8$ ;  $SD = 1,63$ ). Wśród wymienianych cech opisujących kobiety i mężczyzn były cechy pozytywne, określane jako zalety

(np.: *dobry/a, czarujący/a, koleżeński/a*), jak i cechy negatywne - wady (np.: *bezlitosny/a, kłótlivy/a, chciwy/a*). Na podstawie liczby wystąpień wybrano 46 cech, które znalazły się w narzędziu użytym w badaniu eksploracyjnym (Załącznik 2) i były to jedynie cechy pozytywne - zalety. Okazało się, że cechy negatywne miały relatywnie niskie frekwencje (żadna cecha negatywna nie spełniała kryterium i nie znalazła się w finalnej wersji narzędzia).

### ETAP 3: Badanie eksploracyjne

Celem badania eksploracyjnego było wyodrębnienie struktury i konstrukcja narzędzia w oparciu o analizy czynnikowe na podstawie zebranych danych.

### **Miejsce i czas badania**

Badanie zostało przeprowadzone w okresie od października 2007 do maja 2008 roku wśród uczelni wyższych, głównie w trakcie zajęć.

### **Osoby badane**

W badaniu wzięli udział studenci <sup>1</sup>warszawskich uczelni (nie badano studentów psychologii powyżej pierwszego roku studiów). W sumie przebadano 309 osób (152 mężczyzn i 157 kobiety) w wieku  $M = 26,36$ ;  $SD = 10,07$ .

### **Materiał badawczy**

W kwestionariuszu (Załącznik 2) posłużono się odpowiednimi formami przymiotników w zależności od wersji (kobiecej i męskiej). Kwestionariusz skonstruowano w dwóch wersjach, w których wpierw oceniano kobietę, a później mężczyznę (AB) i wersję, w której najpierw oceniano mężczyznę, a później kobietę (BA). Osoby badane otrzymywały wersję kwestionariusza w sposób losowy.

Zadaniem osób badanych było zaznaczenie jak często każda z przedstawionych 46 cech jest używana do opisu kobiet i mężczyzn. Osoby badane udzielały odpowiedzi na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało, że dany przymiotnik jest bardzo rzadko używany, a 5 – bardzo często.

### **Wyniki badania eksploracyjnego**

Wykonano serie analiz czynnikowych metodą osi głównych, z rotacją ortogonalną (*varimax*). Liczbę wyodrębnianych czynników ustalano za pomocą wykresu osypiska (*scree test*), metodą analiz równoległych (*parallel analysis*) polegających na porównaniu struktury zbioru do równoległych zbiorów losowych (o identycznych parametrach  $N \times k$ ), oraz zastosowano metodę MAP test Velicera (1976) opartą o analizę macierzy cząstkowych korelacji. Wszystkie trzy metody przyniosły podobne wyniki, finalnie przyjęto dwuczynnikowe rozwiązanie. W porównaniu do klasycznych metod dwie ostatnie procedury uznane są za o wiele skuteczniejsze w wyodrębnianiu właściwej struktury z danych (O'Connor, 2000; Velicer, Eaton, Fava, 2000).

Następnie na podstawie ładunków czynnikowych (niskich, lub relatywnie równo rozłożonych po czynnikach) liczbę pozycji zredukowano do 20. W Tabeli 3 zaprezentowano ładunki czynnikowe.

Tabela 3. Ładunki czynnikowe dla ostatecznej wersji narzędzia do pomiaru treści stereotypów płci

	Atrybuty kobiet	Atrybuty mężczyzn		
	Kobiecość	Męskość	Kobiecość	Męskość
Wrażliwa/y	<b>0,823</b>	-0,066	0,094	<b>0,653</b>
Delikatna/y	<b>0,805</b>	-0,130	-0,055	<b>0,664</b>
Uczuciowa/y	<b>0,796</b>	-0,023	0,028	<b>0,686</b>
Kochająca/y	<b>0,754</b>	-0,017	0,170	<b>0,603</b>
Subtelna/y	<b>0,735</b>	0,098	-0,035	<b>0,594</b>
Ciepła/y	<b>0,719</b>	-0,021	0,067	<b>0,643</b>
Opiekuńcza/y	<b>0,698</b>	0,046	0,262	<b>0,578</b>
Urocza/y	<b>0,692</b>	-0,043	-0,038	<b>0,630</b>
Łagodna/y	<b>0,690</b>	0,043	-0,103	<b>0,627</b>
Ładna/y	<b>0,553</b>	0,005	-0,046	<b>0,517</b>
Odważna/y	-0,132	<b>0,742</b>	<b>0,720</b>	-0,011
Silna/y	-0,103	<b>0,662</b>	<b>0,710</b>	-0,091
Stanowcza/y	-0,174	<b>0,650</b>	<b>0,583</b>	-0,057
Odpowiedzialna/ y	0,037	<b>0,612</b>	<b>0,602</b>	0,182
Pracowita/y	-0,097	<b>0,524</b>	<b>0,586</b>	0,164
Ambitna/y	0,020	<b>0,522</b>	<b>0,456</b>	0,016
Wysportowana/y	0,209	<b>0,513</b>	<b>0,665</b>	-0,059
Dowcipna/y	0,273	<b>0,490</b>	<b>0,480</b>	0,112
Przystojna/y	-0,093	<b>0,469</b>	<b>0,683</b>	-0,031
Wysoka/y	0,097	<b>0,450</b>	<b>0,638</b>	-0,004
wyjaśniana wariancja	<b>18,54%</b>	<b>15,29%</b>	<b>17,31%</b>	<b>15,89%</b>

Ładunki czynnikowe w obu rozwiązaniach (dla ocen mężczyzn i kobiet) wskazują, iż układ pozycji w skalach jest podobny.

Następnie w celu porównania uzyskanych rozwiązań wyliczono wskaźniki spójności (*Congruence coefficient*, niekiedy określanym jako współczynnik Tuckera). Wyniki przedstawia Tabela 4.

Tabela 4. Współczynniki zgodności pomiędzy rozwiązaniami czynnikowymi dla oceny przeciętnej kobiety i mężczyzny w badaniu eksploracyjnym

		Mężczyzna	
		Kobiecość	Męskość
Kobieta	Kobiecość	<b>0,98</b>	-0,04
	Męskość	0,01	<b>0,97</b>

Interpretując współczynnik zgodności według dość restrykcyjnych kryteriów przyjmuje się że:

- jeśli  $r_c > 0,95$ , to możemy stwierdzić, że czynniki są „tożsame”;

- a jeśli  $0,94 > r_c > 0,85$  możemy stwierdzić „zadowalające” podobieństwo (Lorenzo-Seva i ten Berge, 2006).

W przypadku uzyskanych wyników czynniki możemy określić jako „tożsame”.

Następnie przeprowadzono analizy rzetelności dla uzyskanych skal.

Wyniki przedstawia Tabela 5.

Tabela 5. Analizy rzetelności dla skal *Kobiecości* i *Męskości* przeciętnej kobiety i przeciętnego mężczyzny w badaniu eksploracyjnym

Oceniany obiekt	Wymiar	$\alpha$ Cronbacha
KOBIEETA	<i>kobiecość</i>	0,90
	<i>męskość</i>	0,76
MĘŻCZYŻNA	<i>kobiecość</i>	0,87
	<i>męskość</i>	0,89

Wyniki wskazują na wysoką rzetelność dla skal *Kobiecości* i *Męskości* typowej kobiety i typowego mężczyzny.

Kolejne analizy miały na celu ustalenie czy spójność struktury czynnikowej nie jest związana z płcią osób badanych. Ponieważ w badaniach podkreśla się związek ocen z płcią osób badanych, sprawdzono, czy płeć osób badanych wpływa istotnie na otrzymane powyżej wyniki. Autorkę w szczególności interesowało, czy w zależności od płci osób badanych spójność otrzymanych czynników będzie się różnić. Innymi słowy chodziło o sprawdzenie, czy struktura czynnikowa typowej kobiety i typowego mężczyzny jest inna w przypadku, gdy oceniającym jest kobieta lub mężczyzna. W tym celu wykonano analizę do porównywania spójności rozwiązań czynnikowych w dwóch grupach *Congruence Coefficient* (współczynnik dopasowania). Tabele 6 i 7 przedstawiają wyniki tej analizy z uwzględnieniem płci osób badanych.

Tabela 6. Spójność struktur czynnikowych *Kobiecości* i *Męskości* typowej kobiety uwzględnieniem płci osób badanych w badaniu eksploracyjnym

	Oceny kobiet	
Oceny mężczyzn	<i>Kobiecość</i>	<i>Męskość</i>
<i>Kobiecość</i>	<b>0,993</b>	-0,056
<i>Męskość</i>	-0,074	<b>0,985</b>

Tabela 7. Spójność struktur czynnikowych *Kobiecości* i *Męskości* typowego mężczyzny z uwzględnieniem płci osób badanych w badaniu eksploracyjnym

	<b>Oceny kobiet</b>	
<b>Oceny mężczyzn</b>	<i>Kobiecość</i>	<i>Męskość</i>
<i>Kobiecość</i>	0,092	<b>0,987</b>
<i>Męskość</i>	<b>0,987</b>	0,096

Analizy rzetelności i spójności wykluczyły wpływ płci osób badanych na odmienne ocenianie przeciętnych przedstawicieli płci.

#### ETAP 4: Badania confirmacyjne

Odnosząc się do współczesnych postulatów metodologicznych pomiaru treści stereotypów płci (m.in. Smiler i Epstein, 2010) postanowiono przeprowadzić badania confirmacyjne w celu zanalizowania struktury relacji między wieloma zmiennymi.

Badania dotyczyły wpływu reklamy na postrzeganie płci (Drewnik, Majcher i Winiewski, 2008). Sprawdzano między innymi związek roli bohatera reklamy na spostrzeganie stereotypów każdej płci. Dane pochodzą z dwóch badań:

1. badanie Drewnik (2008 - w ramach projektu badawczego pod kierunkiem Małgorzaty Majcher),
2. badanie Majcher (2010),

w których użyto finalnego narzędzia badawczego do pomiaru treści stereotypów płci.

Zebrane dane pozwoliły na przeprowadzenie confirmacyjnych analiz czynnikowych. Wyniki przedstawia Tabela 8.

Tabela 8. Konfirmacyjne analizy czynnikowe

BADANIE	Obiekt	N	$\chi^2$	df	p	CFI	TLI	RMSEA
Drewnik	Kobieta	15	190,24	14	0,008	0,957	0,944	0,044
		8	2	6				
	Mężczyzna	15	181,00	15	0,048	0,971	0,963	0,036
		8	6	1				
Majcher	Kobieta	34	160,01	14	0,202	0,992	0,989	0,019
		4	0	6				
	Mężczyzna	34	183,86	14	0,018	0,983	0,977	0,031
		4	7	6				

Uzyskane wyniki wskazują na wysoki stopień dopasowania modelu do danych, zarówno dla ocenianej kobiety, jak i ocenianego mężczyzny.

W wyniku opisanego postępowania skonstruowane zostało narzędzie, które spełnia współczesne postulaty metodologiczne dotyczące narzędzi badawczych służących do pomiaru treści stereotypów płci (patrz Załącznik 2).

## 7. Pomiar cech pożądanых dla Ja i standardów wartościowania

Wydaje się, że pojęciowe przesłanki wartościowania są łatwo metodologicznie dostępne, bo z definicji chodzi o przesłanki, które człowiek potrafi wyartykułować. Mimo to dotychczasowe próby odróżnienia standardów Ja powinnościewego i idealnego (Higgins, 1987) trudno uznać za udane.

Sposoby wartościowania związane z zagadnieniem płci są od wielu lat badane zarówno przez psychologów, jak i przedstawicieli innych nauk społecznych, a najczęstszą metodą ich badania są pytania wprost, stosowane w narzędziach typu deklaratywnego. Jednak w przypadku szczególnie wrażliwej kwestii jaką jest płeć, odpowiedzi są zazwyczaj w większym, lub mniejszym stopniu tendencyjne. Z jednej strony – mogą być konformistyczne, związane z potrzebą aprobaty społecznej, co owocuje deklaracjami zgodnymi ze stereotypami i oczekiwaniami społecznymi. Z drugiej strony – ze względu na zmiany w dzisiejszej sytuacji kobiet operacjonalizacja taka może powodować pojawianie się artefaktów związanych z tym, że współczesne kobiety i mężczyźni są motywowani do tego, by pokazywać w nowym świetle. Pytania o cechy przypisywane kobietom i mężczyznom, to po części pytania o mentalność osoby, która udziela odpowiedzi, ale dla dotarcia do atrybutów mentalności techniki związane z **pytaniami wprost – bezpośrednimi** nie mogą być uznane za metodologię najbardziej adekwatną.



W badaniach nad innymi, ważnymi dla studiów nad mentalnością (postawami, uprzedzeniami, samoocenami) stosuje się więc coraz częściej **techniki nie-wprost - pośrednie**, kiedy to osoba badana nie jest świadoma prawdziwego celu badania (Greenwald i Banaji, 1995; Maliszewski, 2005; Jarymowicz, 2003, 2006, 2009; Maison, 2010). Część badawczy uważa, że to właśnie miary pośrednie poszerzają możliwości predyktywne, jak i uzyskują parametry trafności teoretycznej (Murphy i Zajonc, 1993/1994; Gaertner i McLaughlin, 1983; Greenwald, 1986; Dovidio, Evans i Tyler, 1986; Greenwald i Banaji, 1995; Devine, 1989; Greenwald, Klinger i Lui, 1989; Gilbert i Nixon, 1991; Ohme, Pochwatko, Błaszczak, 1999; Kawakami i Dovidio, 2001; Jarymowicz, 2003).

Metodologicznym sposobem na dotarcie do specyficznych reguł wartościowania danego podmiotu jest postulat, by repertuar „zadawanych wprost pytań o wartości połączyć z bardziej wyrafinowanymi metodami pomiaru” (Jarymowicz, 2009, s. 207). Bo w wyniku wielu empirycznych badań wiadomo, że zastosowanie technik nie-wprost daje inne rezultaty niż odpowiedzi na pytania zadawane w technikach jawnych (Gaertner i McLaughlin, 1983; Dovidio, Evans i Tyler, 1986; Devine, 1989; Gilbert i Nixon, 1991).

W celu zminimalizowania efektu zadawania pytań wprost o standardy, w prezentowanych badaniach wykorzystano technikę Anny Chrzanowskiej (2009) „Moje cechy pożądane” i dokonano istotnych jej modyfikacji.

### **7.1. Zmodyfikowana technika „Moje cechy pożądane“**

Technika ta (Załącznik 3) oryginalnie służy do pomiaru złożoności standardów Ja. Polega na sprowokowaniu osoby badanej do spontanicznego generowania cech, jakie chciałaby posiadać. Osoby badane proszone są o wypisanie cech, które są ich cechami pożądanymi (*Wpisz skojarzenia, jakie przychodzą Ci do głowy, gdy myślisz o tym, jaki/jaka chciałbyś/chciałabyś być*). Gdy osoba badana wykona to zadanie (wygeneruje dowolną liczbę poświadanych cech Ja), ma następnie odpowiedzieć kolejno na dwa pytania:

1. *W jak dużym stopniu inni ludzie oczekują od Ciebie, żebyś taki/taka był/była?* - pytanie dotyczące oczekiwań społecznych (zewnętrznych).
2. *W jak dużym stopniu Tobie samemu/samej zależy, by takim/taką być?* – pytanie dotyczące oczekiwań własnych (wewnętrznych).

Skala odpowiedzi w powyższych zadaniach opisana jest następująco:

- 1 – w bardzo małym stopniu
- 2 – w małym stopniu

- 3 – raczej w małym stopniu
- 4 – w umiarkowanym stopniu
- 5 – raczej w dużym stopniu
- 6 – w dużym stopniu
- 7 – w bardzo dużym stopniu

Standardy Ja mogą mieć dwa fundamentalne różne podłoża: oczekiwania własne Ja (wewnętrzne) oraz oczekiwania narzucane przez otoczenie - Innych (zewnętrzne). Z tym właśnie rozróżnieniem związane są powyższe dwa pytania.

W niniejszej pracy przyjęte zostało następujące założenie operacyjne: wzbudzenie koncentracji na obiektach Ja vs Inni powinno być prezentowane w określonym porządku: w pierwszej kolejności techniki związane z Innymi, w drugiej kolejności techniki związane z Ja (bowiem Ja jako nawykowy punkt odniesienia w percepcji społecznej wpływa silniej na percepcję Innych, niż odwrotnie (Holyoak i Gordon, 1983; Jarymowicz, 2002)).

Opisana technika została włączona do rejestru narzędzi badawczych w badaniach własnych – z zamiarem użycia jej wedle procedury zaprojektowanej przez autorkę. Ale technika ta miała być wykorzystana w innym celu: dla uzyskania wglądu w to, czy i w jakim stopniu cechy pożądane dla Ja są powiązane z atrybutami kobiecymi i męskimi. Opracowane więc zostały nowe metody analizy uzyskiwanego materiału. Dokonane to zostało w 2 etapach – co przedstawia Tabela 9.

Tabela 9. Dwa etapy opracowania danych z techniki „Moje cechy pożądane” – w celu identyfikacji wśród pożądanych cech Ja ~~na~~ cech kobiecych i męskich

ETAP BADANIA	CEL ETAPU
1. Sędziowanie wymienionych pożądanych cech Ja	Sklasyfikowanie wymienionych w badanej próbie pożądanych cech Ja jako cech kobiecych i/lub męskich Wykorzystanie uzyskanej klasyfikacji dla zbudowania wskaźników
2. Analizy właściwe	pożądanych cech kobiecych i męskich dla każdej <u>osoby badanej</u> .

#### 7.1.1. ETAP 1. Sędziowanie wymienionych cech pożądanych

Postanowiono poddać sędziowaniu wszystkie wygenerowane spontanicznie cechy, które osoba badana chciałaby posiadać – z punktu widzenia tego, czy są typowe, bądź nie, dla przedstawicieli poszczególnych płci. Chodziło o możliwość zaklasyfikowania wymienianych spontanicznie cech jako kobiecych i męskich.

## 7.2. Metoda sędziowania

Zebrano wszystkie wygenerowane przez osoby badane cechy ( $k=132$ ). Następnie stworzono 2 formularze dla sędziów kompetentnych, z których każdy miał być odniesiony do każdej z 132 cech:

- 1 – formularz dla sędziów do oceny wymiaru kobiecości (Załącznik 4)
- 2 – formularz dla sędziów do oceny wymiaru męskości (Załącznik 45)

Sędziowie kompetentni (8 sędziów: 4 kobiety i 4 mężczyzn) byli proszeni o ocenę, na ile wymienione cechy są „kobiece” (typowe, bądź nietypowe dla kobiet) lub na ile wymienione cechy są „męskie” (typowe, bądź nietypowe dla mężczyzn). Oceny zaznaczali na skali od 1 – zupełnie nie kobieca/męska do 5 – zdecydowanie kobieca/męska. Każdy z sędziów wypełniał tylko jeden z kwestionariuszy:

- 2 kobiety oraz 2 mężczyzn - wypełniali formularz do oceny kobiecości,
- 2 kobiety oraz 2 mężczyzn wypełniali formularz do oceny męskości.

Forma wszystkich cech, zastosowanych w kwestionariuszu dla sędziów kompetentnych została zmieniona na rzeczownikową w celu ujednolicenia a tym samym zminimalizowania wpływu rodzajów przymiotników.

## 7.3. Wyniki ETAPU sędziowania

W celu sprawdzenia spójności odpowiedzi sędziów kompetentnych wykorzystano metodę intraklasowej korelacji dla spójności dla miar średnich w modelu dwu – kierunkowym mieszanym (*two-way random model*). Wyniki pokazuje Tabela 10.

Tabela 10. Analizy zgodności dla ocen sędziów dla skal *Kobiecości* i *Męskości* wymienianych pożądanых cech Ja

Wymiary (132 cechy)	ICC
Kobiecość ( $N = 4$ : 2 kobiety, 2 mężczyzn)	0,80**
Męskość ( $N = 4$ : 2 kobiety, 2 mężczyzn)	0,78**

*two way random model*

\*\*  $p < 0.001$

Wyniki wskazują na wysoką spójność ocen sędziów kompetentnych. Uśrednione oceny sędziów zostały użyte w dalszych analizach jako wskaźniki kobiecości (~~JA-KOB~~) i męskości (~~JA-MSK~~) pożądanых cech Ja.

## 8. Schematy i organizacja badań własnych

Badania składały się z dwóch etapów: Etapu I (związanego z pytaniem 1) oraz Etapu II (związanego z pytaniami 2 i 3). Tabela 11 przedstawia 2 etapy badań własnych z uwzględnieniem pytań badawczych i charakterystyki osób badanych.

Tabela 11. Etapy badań własnych - weryfikacja trzech pytań badawczych w grupach osób badanych o różnej płci i w różnym wieku

OSOBY BADANE – płeć, wiek	Etap I: Współczesny wizerunek kobiet i mężczyzn	Etap II: Pożądane cechy Ja – przez Ja lub Innych
Młodszy – kobiety vs mężczyźni		
Starszy – kobiety vs mężczyźni		

### 8.1. Schematy badań

W Etapie I badanie przeprowadzone było w schemacie: Wizerunek reprezentanta płci (2: wizerunek kobiety vs wizerunek mężczyzny) x Płeć osób badanych (2: kobieta vs mężczyzna) x Wiek osób badanych (2: młodszy vs starszy).

W Etapie II

- w związku z pytaniem 2 zastosowano schemat: Typ cech (2: cechy kobiece vs cechy męskie) x Płeć osób badanych (2: kobieta vs mężczyzna) x Wiek osób badanych (2: młodszy vs starszy);

- w związku z pytaniem 3 – schemat: Typ cech (2: cechy kobiece vs cechy męskie) x cechy pożądane przez Ja lub Innych (2) x Płeć osób badanych (2: kobieta vs mężczyzna) x Wiek osób badanych (2: młodszy vs starszy).

### 8.2. Miejsce i czas badań

Przeprowadzono dwa badania wykorzystując tę samą metodę w listopadzie-grudniu 2010 roku i w lutym-marcu 2011 roku. Część badań była prowadzona za pomocą techniki śnieżnej kuli - dotyczyło to głównie badań z udziałem przedstawicieli starszej grupy. Osoby ze starszej grupy w większości preferowały wersję papierową technik badawczych. Osoby z młodszej grupy wypełniały techniki w wersji zarówno papierowej, jak i z zastosowaniem wersji on-line. Rezultaty analiz nie wykazały istotnych różnic w wynikach uzyskiwanych z użyciem różnych procedur. W dalszej części pracy przedstawione zostaną analizy przeprowadzone na połączonych danych z obu badań

### **8.3. Procedura badań**

Badania miały charakter indywidualny. Każda z osób badanych najpierw wypełniała kwestionariusz opisujący typowych przedstawicieli płci (Załącznik 2) przy czym kolejność opisu była balansowana (KM i MK). Następnie udzielała odpowiedzi w technice „Moje cechy pożądane” (Załącznik 3).

## CZĘŚĆ III

### WYNIKI BADAŃ WŁASNYCH

Zaprezentowane rezultaty są podzielone na cztery części. Pierwsza część zawiera statystyki opisowe. Kolejne trzy części zostały wyodrębnione ze względu na postawione w pracy pytania badawcze.

Część druga koncentruje się na wynikach związanych z próbą odpowiedzi na pytanie 1: ***Jakie cechy są przypisywane kobietom i mężczyznom przez osoby badane o różnej płci i w różnym wieku?***

Część trzecia związana jest z pytaniem 2: ***Jakie cechy kobiece i męskie są powiązane z atrybutami pożądanymi dla Ja przez osoby badane o różnej płci i w różnym wieku?***

Część czwarta wyników związana jest z pytaniem badawczym: ***W jakim stopniu oczekiwania wobec cech poświadczanych dla Ja są własne (wewnętrzne), a w jakim społeczne (zewnętrzne)?***

## 9. Osoby badane

Przebadano  $N = 276$  osób, w tym 143 kobiet i 133 mężczyzn. Średnia wieku osób badanych wyniosła  $M = 33,08$ ;  $SD = 13,46$ . Uczestnicy byli rekrutowani z uwzględnieniem wieku i wykształcenia osób badanych. Chodziło o znalezienie osób z wykształceniem wyższym, bądź studiujących.

Na podstawie mediany podzielono próbę na 2 grupy wiekowe:

GRUPA MŁODSZA: od 19 do 30 roku życia  $M = 24,19$ ;  $SD = 3,55$ ;

GRUPA STARSZA od 31 do 72 roku życia  $M = 45,91$ ;  $SD = 12,06$ .

Tabela 12. Liczebności grup osób badanych, wyróżnionych ze względu na płeć i wiek (w badaniu właściwym)

	Kobiety	Mężczyźni
GRUPA MŁODSZA	75	88
GRUPA STARSZA	68	45

## 10. Wizerunek cech typowej kobiety i typowego mężczyzny w przebadanych próbach

Ten rozdział zawiera dane zgromadzone w celu odpowiedzi na pytanie 1:

***Jakie cechy są przypisywane kobietom i mężczyznom przez osoby badane o różnej płci i w różnym wieku?***

### 10.1. Wizerunek typowych reprezentantów płci

W celu sprawdzenia różnic pomiędzy wizerunkiem typowych kobiet i mężczyzn przeprowadzono dwuczynnikową analizę wariancji w schemacie mieszanym 2 (Płeć typowych reprezentantów) x 2 (Typ cech przypisywanych reprezentantom płci), gdzie typ cech przypisywanych reprezentantom płci był czynnikiem międzyobiektywnym, a płeć typowych reprezentantów była czynnikiem wewnątrzobiektywnym (patrz Rycina 3).

Rycina 3. Średnia natężeń cech kobiecych i męskich odniesionych do wizerunku typowej kobiety i typowego mężczyzny

[Słupki błędu symbolizują błąd standardowy średniej]

Istotny okazał się efekt interakcji Płeć x Typ cech  $F(1,241) = 916,10; p < 0,001$ ;  $\eta_p^2 = 0,79$ . W celu określenia istoty efektu przeprowadzono serię porównań prostych *post hoc*, które pokazały że:

1. zarówno w wizerunku typowej kobiety, jak i w wizerunku typowego mężczyzny, wyższe są natężenia cech specyficznych dla danej płci: w celu określenia wielkości efektów wyliczono wskaźnik standardowej różnicy  $d$  - Cohena dla każdej pary porównań. Okazało się, że w wizerunku typowej kobiety są wyższe natężenia cech kobiecych niż w wizerunku typowego mężczyzny ( $d = 2,00$ ) i jest to bardzo silny efekt, a w wizerunku typowego mężczyzny są wyższe natężenia cech męskich niż w wizerunku typowej kobiety ( $d = -1,79$ ) i jest to bardzo silny efekt;
2. zarówno wizerunek typowej kobiety, jak i wizerunek typowego mężczyzny, zawiera jednak atrybuty płci przeciwnej;
3. zwraca uwagę, że proporcje natężeń cech kobiecych i męskich w wizerunku typowej kobiety i w wizerunku typowego mężczyzny są różne.



Porównania pomiędzy poszczególnymi wymiarami pokazują, że:

1. w zakresie cech specyficznych - stopień przypisanych typowej kobiecie natężeń cech kobiecych (4,17) jest istotnie wyższy, niż stopień przypisanych typowemu mężczyźnie natężeń cech męskich (4,07) - jednak różnica ta jest marginalna ( $d = 0,18$ );
2. w zakresie cech niespecyficznych - stopień przypisanych typowemu mężczyźnie natężeń cech męskich (3,08) jest istotnie wyższy, niż stopień przypisanych typowej kobiecie natężeń cech kobiecych (2,6), a siła efektu jest średnia ( $d = 0,74$ ).

Tak więc otrzymane wyniki wskazują na istotnie różne proporcje natężeń cech specyficznych i niespecyficznych w wizerunkach typowej kobiety i typowego mężczyzny:

1. wizerunek typowej kobiety cechuje się wysokim natężeniem cech kobiecych i zdecydowanie mniejszym natężeniem cech męskich;
2. wizerunek typowego mężczyzny cechuje się wysokim natężeniem cech męskich i zdecydowanie mniejszym natężeniem cech kobiecych.

Jednak porównanie wizerunków obu kategorii płci wykazało, że różnica pomiędzy cechami specyficznymi i niespecyficznymi jest relatywnie mniejsza w przypadku typowej kobiety niż w przypadku typowego mężczyzny: natężenie cech męskich w wizerunku typowej kobiety okazało się większe niż natężenie cech kobiecych w wizerunku typowego mężczyzny.

## **10.2. Wizerunek reprezentantów płci w grupach osób badanych o różnej płci i w różnym wieku**

Analogiczne analizy wizerunków reprezentantów płci wykonano także uwzględniając jako czynniki płeć osób badanych i grupę wiekową.

### **10.2.1. Jak postrzegane są kobiety przez osoby badane różnej płci i w różnym wieku?**

W celu sprawdzenia różnic pomiędzy wizerunkiem typowej kobiety z uwzględnieniem płci i wieku osób badanych przeprowadzono trójczynnikową analizę wariancji w schemacie mieszanym uwzględniając natężenia cech kobiecych i męskich w wizerunku typowej kobiety - Wizerunek (2) x Płeć (2) x Wiek (2), gdzie Wizerunek był czynnikiem wewnątrzobiektywnym, a Płeć i Wiek były czynnikami międzyobiektywnymi. Wyniki przedstawia Rycina 4.

Rycina 4. Średnie natężenia cech kobiecych i męskich w wizerunku typowej kobiety - w grupach osób badanych o różnej płci i w różnym wieku

[Słupki błędu symbolizują błąd standardowy średniej]

Uzyskano istotny efekt główny wizerunku  $F(1,240) = 490,89, p < 0,001$ ;

$\eta_p^2 = 0,67$  mówiący o tym, iż na wizerunek typowej kobiety składają się cechy w istotnie większym stopniu kobiece (4,17) niż męskie (3,08).

Uzyskano również istotny efekty interakcji Wizerunek x Płeć

$F(1,240) = 4,54, p = 0,03$ ;  $\eta_p^2 = 0,02$  świadczący o tym, że:

1. badane kobiety, jak i badani mężczyźni, przypisywali typowej kobiecie w podobnym stopniu cechy kobiece (badane kobiety:  $M = 4,19$ ; badani mężczyźni:  $M = 4,18$ );
2. natomiast badane kobiety przypisywały typowej kobiecie istotnie większe natężenia cech męskich ( $M = 3,22$ ) niż badani mężczyźni ( $M = 2,97$ ).

Uzyskano również istotny efekt interakcji dla Wizerunku x Wiek

$F(1,240) = 13,27, p < 0,001$ ;  $\eta_p^2 = 0,05$  świadczący o tym, że:

1. osoby badane z GRUPY MŁODSZEJ przypisywały wizerunkowi typowej kobiety istotnie wyższe natężenia cech kobiecych (4,30) niż osoby starsze (4,02);
2. natomiast obie grupy wiekowe przypisywały wizerunkowi typowej kobiety podobne natężenia cech męskich (GRUPA MŁODSZA:  $M = 3,09$ ; GRUPA STARSZA:  $M = 3,12$ ).

Tak więc okazało się, że stosunkowo wysokie natężenia cech męskich przypisały typowej kobiecie badane kobiety, a stosunkowo wysokie natężenia cech kobiecych przypisali typowej kobiecie młodszy uczestnicy badań.

#### **10.2.2. Jak postrzegani są mężczyźni przez osoby badane różnej płci i w różnym wieku?**

W celu sprawdzenia różnic pomiędzy wizerunkiem typowego mężczyzny w grupach o różnym wieku i z uwzględnieniem płci osób badanych przeprowadzono trójczynnиковą analizę wariancji w schemacie mieszanym. Wizerunek (2) x Płeć (2) x Wiek (2), gdzie Wizerunek był czynnikiem

wewnątrzobiektywnym, a Płeć i Wiek były czynnikami międzyobiektywnymi. Dane przedstawia Rycina 5.

Rycina 5. Średnie natężenia cech kobiecych i męskich w wizerunku typowego mężczyzny w grupach osób badanych o różnej płci i w różnym wieku

[Słupki błędu symbolizują błąd standardowy średniej]

Uzyskano istotny efekt główny wizerunku  $F(1,238) = 713,18, p < 0,001; \eta_p^2 = 0,75$  - mówiący o tym, iż na wizerunek typowego mężczyzny składają się cechy w istotnie większym natężeniu męskie (4,07) niż kobiece (2,60).

Uzyskano również istotny efekty interakcji Wizerunek x Płeć

$F(1,238) = 5,05, p < 0,03; \eta_p^2 = 0,02$  - przejawiający się tym, że:

1. badane kobiety, jak i badani mężczyźni przypisywali wizerunkowi typowego mężczyzny w podobnym stopniu cechy męskie (Badane kobiety:  $M = 4,07$ ; Badani mężczyźni:  $M = 4,05$ );
2. badane kobiety przypisywały wizerunkowi typowego mężczyzny istotnie mniejsze natężenia cech kobiecych (2,55), niż badani mężczyźni (2,70).

Uzyskano również istotny efekty interakcji trzeciego stopnia Typ cech x Płeć x Wiek  $F(1,238) = 4,07, p < 0,04; \eta_p^2 = 0,02$  - przejawiający się tym, że:

1. GRUPA MŁODSZA przypisała wizerunkowi typowego mężczyzny istotnie wyższe natężenia cech męskich (4,15) niż GRUPA STARSZA (3,92);
2. GRUPA MŁODSZA przypisała wizerunkowi typowego mężczyzny istotnie wyższe natężenia cech kobiecych (2,71) niż GRUPA STARSZA (2,49);
3. najniższe natężenia cech kobiecych przypisały wizerunkowi typowego mężczyzny badane kobiety z GRUPY STARSZEJ (2,27), podczas gdy osoby z pozostałych grup oceniły natężenia cech kobiecych w wizerunku typowego mężczyzny jako istotnie wyższe (GRUPA MŁODSZA kobiety (2,72); GRUPA MŁODSZA mężczyźni (2,69) oraz GRUPA STARSZA mężczyźni (2,74)).

Dane wskazują na nieco większą wyrazistość wizerunku typowego mężczyzny w GRUPIE MŁODSZEJ (bez względu na płeć uczestników), bez wyraźnych różnic w proporcjach natężeń cech kobiecych i męskich w ocenie osób badanych o różnej płci.

Okazało się również, że osoby badane z GRUPY STARSZEJ różnią się spostrzeganiem proporcji cech kobiecych i męskich u typowego mężczyzny: badane kobiety postrzegają typowego mężczyznę w sposób bardziej stereotypowy: przypisują mu istotnie niższe natężenia cech niespecyficznych, kobiecych niż badani mężczyźni.

### **10.3. Jakie cechy są najbardziej i najmniej specyficzne dla wizerunku typowej kobiety i typowego mężczyzny? Analiza jakościowa**

W związku z pytaniem o wizerunki typowej kobiety i typowego mężczyzny osoby badane miały za zadanie oceniać - na skali od 1 do 5 - na ile dana cecha jest charakterystyczna dla typowego reprezentanta danej płci. Na podstawie średnich wybrano po 5 cech, które w najwyższym stopniu opisują typowego przedstawiciela płci (maksymalna wartość wskaźnika specyficzności cechy: 5), oraz 5 cech, które w najmniejszym stopniu opisują typowego przedstawiciela płci (minimalna wartość wskaźnika na skali specyficzności 1).

Poniżej zestawione zostały cechy najbardziej specyficzne i cechy niespecyficzne (najmniej specyficzne) – te ostatnie zostały ułożone w kolejności od najniższej wartości wskaźnika specyficzności.

#### **Typowa kobieta:**

- cechy najbardziej specyficzne to: *ładna* ( $M=4,48$ ;  $SD=0,65$ ), *uczuciowa* ( $M=4,33$ ;  $SD=0,79$ ), *wrażliwa* ( $M=4,33$ ;  $SD=0,72$ ), *opiekuńcza* ( $M=4,32$ ;  $SD=0,77$ ), *delikatna* ( $M=4,23$ ;  $SD=0,83$ );
- cechy najbardziej niespecyficzne (od najmniej) to: *przystojna* ( $M=2,00$ ;  $SD=1,19$ ), *odważna* ( $M=2,71$ ;  $SD=1,14$ ), *silna* ( $M=2,85$ ;  $SD=1,18$ ), *wysoka* ( $M=2,87$ ;  $SD=0,99$ ), *wysportowana* ( $M=2,87$ ;  $SD=0,98$ ).

#### **Typowy mężczyzna:**

- cechy najbardziej specyficzne to: *silny* ( $M=4,24$ ;  $SD=0,86$ ), *wysoki* ( $M=4,14$ ;  $SD=0,83$ ), *przystojny* ( $M=4,13$ ;  $SD=0,93$ ), *stanowczy* ( $M=4,09$ ;  $SD=0,82$ ), *ambitny* ( $M=4,09$ ;  $SD=0,83$ ).

- cechy najbardziej niespecyficzne (od najmniej) to: *subtelny* ( $M=2,14$ ;  $SD=0,99$ ), *ładny* ( $M=2,31$ ;  $SD=1,06$ ), *delikatny* ( $M=2,34$ ;  $SD=1,02$ ), *uroczy* ( $M=2,35$ ;  $SD=1,18$ ), *uczuciowy* ( $M=2,46$ ;  $SD=1,01$ ).

W analizie jakościowej można pominąć wagę zróżnicowania określeń *ładna/przystojny*. Są to bowiem określenia w języku polskim nawykowo rozdzielnie odnoszące się do kobiet i mężczyzn, dotyczące atrakcyjności fizycznej. Podobnie mało znaczące wydają się określenia akcentujące większą tężyznę fizyczną mężczyzn niż kobiet - powiązane z rzeczywistymi różnicami fizycznymi pomiędzy kobietami i mężczyznami (stąd wizerunek: kobieta nie jest *silna/wysoka*, a mężczyzna jest *silny/wysoki*). Pozostałe cechy warto skomentować.

#### **10.4. Dyskusja danych uzyskanych w odpowiedzi na pytanie badawcze 1: *cechy przypisywane kobietom i mężczyznom przez osoby o różnej płci i w różnym wieku***

W wyniku przeprowadzonych analiz okazało się – po pierwsze - coś, co oczywiste: wizerunek typowej kobiety cechuje się wysokim natężeniem cech kobiecych, a wizerunek typowego mężczyzny wysokim natężeniem cech męskich. Wynik ten jest zgodny z założeniami dotyczącymi formowania się społecznych reprezentacji rzeczywistości: wizji wspólnych, podzielanych przez członków danej społeczności. Podobne rezultaty są powszechnie cytowane w literaturze tematu (Rosenkrantz i in., 1968; Broverman i in., 1972; Spence i in., 1974; Williams i Best, 1982; Mandal, 2000; Deaux i Kite, 2002; Brannon, 2002; Price i Crapo, 2003; Glick i in, 2004, Renzetti i Curran, 2005; Bajkowski, 2010; Wojciszke, 2010). Dane tego typu są odzwierciedleniem specyficznych właściwości poznawczych reprezentacji ludzkich zbiorowości: cechują je nieuchronne nad-uogólnienia, a te prowadzą do ważnych konsekwencji w percepcji społecznej i stosunku do poszczególnych ludzi: do spostrzegania indywidualnych reprezentantów danej kategorii społecznej przez pryzmat wizji tejże kategorii.

Po drugie – otrzymany został wynik, który dotyczy spostrzegania w wizerunkach kobiet i mężczyzn stopnia natężenia cech niespecyficznych: męskich w wizerunku typowej kobiety i kobiecych w wizerunku typowego mężczyzny. Osoby badane przypisały typowej kobiecie istotnie wyższe natężenie cech męskich (najwyższy wskaźnik: średnia 3,25 uzyskana została w grupie kobiet młodszych) niż typowemu mężczyźnie cech kobiecych (najniższy wskaźnik: średnia 2,27 uzyskana została w grupie kobiet starszych).

W świetle tych danych, współczesny typowy mężczyzna zachowuje męskość swych cech, a typowa kobieta – nabiera cech męskich. Na rzecz tezy o tego typu dynamice przemawia fakt, że najbardziej asymetryczne okazały się wyniki w grupach badanych kobiet, różniących się wiekiem: to młodsze kobiety dostrzegły wyższe natężenia cech męskich w wizerunku kobiet, a starsze uzyskały wzór danych typowy dla obrazu tradycyjnego.

Czy analizy jakościowe pozwalają uchwycić jakąś ważną treść ewentualnych przemian? Warto przyrzeć się cechom uznanym za najbardziej specyficzne i najmniej specyficzne (nazwane wyżej niespecyficznymi) dla każdego z wizerunków. Części cech przypisane zostały wartości przeciwstawne: kobiety – *uczuciowe*, *wrażliwe*, *opiekuńcze* i *delikatne*, a mężczyźni – *nie subtelni*, *nie delikatni*, *nie uczuciowi*. Cechy najbardziej asymetryczne to: mężczyźni *stanowczy* i *ambitni*, a kobiety *nie odważne*. Ten zbiór cech zdaje się świadczyć o szczególnej sztywności tradycyjnych stereotypów.

W celu uzyskania informacji dotyczących aspiracji kobiet i mężczyzn co do cech personalnych podjęte zostały analizy uzyskanych danych, związanych z pytaniami badawczymi 2 i 3.

## 11. Pożądane cechy Ja w grupach badanych kobiet i mężczyzn w różnym wieku

W poniższych analizach wzięto pod uwagę odpowiedzi osób, które wymieniły co najmniej jedną pożądaną cechę Ja ( $N = 244$  osób, w tym 127 kobiet i 117 mężczyzn)<sup>1</sup>. Średnia wieku osób badanych wynosiła  $M = 33,64$ ;  $SD = 14,02$ . Podział osób badanych na grupy ze względu na wiek i płeć przedstawia Tabela 13.

Tabela 13. Grupy osób badanych, które wymieniły co najmniej jedną pożądaną cechę Ja, w podziale ze względu na płeć i wiek

	Kobiety	Mężczyźni
GRUPA MŁODSZA	65	77
GRUPA STARSZA	62	40

<sup>1</sup> W sumie 32 osoby nie udzieliły żadnej odpowiedzi na otwarte pytanie o cechy pożądane (w tym 16 kobiet i 16 mężczyzn).

### 12.1. Liczebność wygenerowanych pożądanых cech Ja

. Średnio osoby badane wymieniły 6,32 pożądanых cech Ja ( $SD = 3,72$ ).  
Badane kobiety wymieniały podobną liczbę pożądanых cech Ja jak badani mężczyźni:

- kobiety:  $M = 6,27$ ;  $SD = 3,61$
- mężczyźni:  $M = 6,37$ ;  $DS = 3,86$

Liczebności wygenerowanych pożądanых cech Ja różniła się natomiast w grupach zróżnicowanych ze względu na wiek:

- GRUPA MŁODSZA:  $M = 5,90$ ;  $SD = 3,50$
- GRUPA STARSZA :  $M = 6,90$ ;  $SD = 3,93$

W celu sprawdzenia czy płeć i wiek osób badanych ma wpływ na liczbę wymienianых pożądanых cech Ja wykonano 2-czynnikową analizę wariancji Płeć (2) x Wiek (2). Poniżej Rycina 6 pokazuje jak średnia liczba pożądanых cech Ja różniła się w zależności od płci i wieku osób badanych.

Rycina 6. Średnie liczebności pożądanых cech Ja wygenerowanych przez osoby z grup o różnej płci i w różnym wieku

[Słupki błędu symbolizują błąd standardowy średniej]

Otrzymano istotny efekt główny wieku:  $F(1,240) = 4,27$ ;  $p = 0,04$ ;  $\eta_p^2 = 0,20$ . Okazało się, że zarówno kobiety (6,90), jak i mężczyźni (6,90), z GRUPY STARSZEJ wymieniają istotnie więcej pożądanых cech Ja niż kobiety (5,70) i mężczyźni (6,10) z GRUPY MŁODSZEJ

### 12.2. Liczebności pożądanых cech Ja kobiecych i męskich wymienionych przez osoby o różnej płci i w różnym wieku

Wszystkie wymienione przez uczestników badania pożądanе cechy Ja złożyły się na zbiór poddany analizie przez sędziów kompetentnych. Ich zadaniem była ocena, w jakim stopniu każda z cech jest kobieca, a w jakim stopniu męska (patrz Rozdział 7.2. Metoda sędziowania).

### 11.2.1. Pożądane cechy Ja uznane za kobiece, męskie i nietypowe

Na podstawie wyników sędziowania utworzony został dodatkowy wskaźnik określający na ile dane cechy zostały scharakteryzowane jako reprezentujące jeden z wymiarów z wykluczeniem drugiego.

Wskaźnik uzyskano na podstawie średnich wartości dla cech ocenionych w różnym stopniu na skalach kobiecości i męskości na podstawie standaryzacji (ze względu na różne rozkłady wskaźników), a następnie odjęcia wystandaryzowanych średnich wskaźników:  $Z_{\text{kobiecość}} - Z_{\text{męskość}}$ .

Otrzymano w ten sposób zmienną informującą o tym czy dana cecha jest scharakteryzowana jako męska, ale nie kobieca – wyniki ujemne, czy scharakteryzowana jako kobieca, ale nie męska – wyniki dodatnie (uzyskana zmienna miała zakres od -3,79 do 4,44;  $M = 0$  i  $SD = 1,8$ ) (Załącznik 6).

Następnie w celu wyodrębnienia cech charakterystycznych dla danej płci zastosowano podział na tercyle w ten sposób:

- cechy mieszczące się w przedziale wartości od 0,64 do 4,44 zostały uznane za kobiece;
- cechy mieszczące się w przedziale wartości -0,93 do 0,63 za cechy nietypowe (na podstawie opisywanego wskaźnika nie można określić, czy cechy mieszczące się w tym przedziale są efektem różnicy między wysokim natężeniem kobiecości i wysokim natężeniem męskości, czy jest to efekt różnicy między średnim natężeniem kobiecości i średnim natężeniem męskości, czy też jest to efekt różnicy między niskim natężeniem kobiecości i niskim natężeniem męskości);
- cechy mieszczące się w przedziale wartości od -3,79 do -0,94 zostały uznane za męskie.

Przykładowe pożądane cechy męskie to między innymi: *bezczelność*, *bezkompromisowość*, *bezwzględność*, czy *twardość*.

Przykładowe pożądane cechy nietypowe to między innymi: *autentyczność*, *wykształcenie*, *solidność*, *uczciwość*.

Przykładowe pożądane cechy kobiece to między innymi: *tolerancyjność*, *lojalność*, *bycie pomocnym*, *zaangażowanie*.

### 11.2.2. Liczebności pożądanych cech JA kobiecych, męskich i nietypowych w grupach uczestników porównywanych ze względu na płeć i wiek



Tabela 14 zawiera zestawienie liczebności cech wyróżnionych kategorii, wygenerowanych przez osoby badane w podziale na ich płeć i wiek.

Tabela 14. Liczebności wymienionych pożądanых cech Ja uznanych za kobiece, męskie i nietypowe przez sędziów kompetentnych – w grupach osób o różnej płci i w różnym wieku

	Kobiety	Mężczyźni	Cała próba
<b>CECHY MĘSKIE</b>			
GRUPA MŁODSZA	138 ( <i>n</i> = 65)	177 ( <i>n</i> = 77)	237 ( <i>n</i> = 142)
GRUPA STARSZA	158 ( <i>n</i> = 62)	99 ( <i>n</i> = 40)	335 ( <i>n</i> = 102)
<b>Cała próba</b>	<b>296</b> ( <i>n</i> = 127)	<b>276</b> ( <i>n</i> = 117)	<b>572</b> ( <i>N</i> = 244)
<b>CECHY NIETYPOWE</b>			
GRUPA MŁODSZA	129 ( <i>n</i> = 65)	180 ( <i>n</i> = 77)	309 ( <i>n</i> = 142)
GRUPA STARSZA	136 ( <i>n</i> = 62)	102 ( <i>n</i> = 40)	238 ( <i>n</i> = 102)
<b>Cała próba</b>	<b>265</b> ( <i>n</i> = 127)	<b>282</b> ( <i>n</i> = 117)	<b>547</b> ( <i>N</i> = 244)
<b>CECHY KOBIECE</b>			
GRUPA MŁODSZA	99 ( <i>n</i> = 65)	98 ( <i>n</i> = 77)	197 ( <i>n</i> = 142)
GRUPA STARSZA	105 ( <i>n</i> = 62)	53 ( <i>n</i> = 40)	158 ( <i>n</i> = 102)
<b>Cała próba</b>	<b>204</b> ( <i>n</i> = 127)	<b>151</b> ( <i>n</i> = 117)	<b>355</b> ( <i>N</i> = 244)

Jak widać, osoby badane wymieniły ogółem podobną liczbę pożądanых dla Ja cech męskich (572) i nietypowych (547), a najmniejszą liczbę cech kobiecych (355). Efekt ten był wyraźniejszy wśród badanych mężczyzn (odpowiednio: 276, 282 i 151), ale wystąpił także wśród badanych kobiet (odpowiednio: 296, 265 i 204) .

Efekt dotyczył zarówno GRUPY MŁODSZEJ (odpowiednio: 237, 309 i 197), jak i STARSZEJ (odpowiednio: 335, 238 i 158) – choć w tej pierwszej najliczniejsze były cechy nietypowe, a w tej drugiej – cechy męskie.

Gdy porównać mężczyzn i kobiety z grup różniących się wiekiem, to proporcje wygenerowanych cech różnych kategorii są zarówno wśród młodszych, jak i starszych kobiet mniej zróżnicowane (odpowiednio: 138 -129 -99 i 158 -136 -105), a wśród mężczyzn bardziej zróżnicowane (odpowiednio: 177 – 180 - 98 oraz 99 -102 – 53).

Tak więc, wśród wygenerowanych pożądanых cech Ja cechy kobiece miały frekwencje najniższe. Proporcje cech kobiecych, męskich i nietypowych były wśród badanych kobiet mniej zróżnicowane niż wśród badanych mężczyzn, niezależnie od wieku osób badanych.

W celu sprawdzenia istotności opisanych różnic zaprezentowane zostaną i porównane średnie liczebności wymienionych pożądanых cech Ja przypisanych do trzech kategorii. Oto ich graficzna prezentacja:

Rycina 7. Średnie liczebności wymienionych pożądanych cech Ja uznanych za kobiece, nietypowe i męskie przez sędziów kompetentnych w grupach osób o różnej płci i w różnym wieku

[Słupki błędu symbolizują błąd standardowy średniej]

Wykonano analizę powtarzanych pomiarów w schemacie mieszanym Typ pożądanych cech Ja uznanych za kobiece, męskie i nietypowe (3) x Płeć (2) x Wiek (2). Typ pożądanych cech Ja uznanych za kobiece, męskie i nietypowe przez sędziów kompetentnych był czynnikiem wewnątrzobiektywnym, a Płeć i Wiek były czynnikami międzyobiektywnymi.

Otrzymano istotny efekt główny Typu pożądanych cech Ja:

$$F(2,323) = 32,75, p < 0,001; \eta_p^2 = 0,17.$$

Analizy kontrastów wykazały, że niezależnie od wieku i płci, osoby badane wymieniały istotnie mniejszą średnią liczebność cech kobiecych niż średnie liczebności cech męskich i nietypowych. Nie było różnic w średnich liczebnościach wymienionych pożądanych cech JA uznanych za męskie i nietypowe – niezależnie od wieku i płci osoby badanej.

### 11.2.3. Najczęściej wymieniane pożądane cechy Ja – analiza jakościowa

Na podstawie frekwencji zostały określone cechy, które były najczęściej wymieniane przez osoby badane i znalazły się wśród 10 cech najczęściej wskazywanych jako pożądane dla Ja. I tak, w kolejności od najczęściej wymienianych przez osoby badane znalazły się cechy:

- *pracowitość* (98), *wysportowanie* (93), *stanowczość* (83), *ambicje* (64), *odwaga* (64), *odpowiedzialność* (58), *dowcipność* (50), *siła* (43), *kompetencja* (33), *bycie spokojnym* (31).

Okazało się, że wśród 10 najczęściej wymienianych cech znalazło się 6 cech określonych jako męskie (*wysportowanie*, *stanowczość*, *ambicje*, *odwaga*, *dowcipność*, *kompetencja*) oraz 4 cechy określone jako androgyniczne (*pracowitość*, *odpowiedzialność*, *siła*, *bycie spokojnym*). Nie znalazła się natomiast ani jedna cecha określana jako cecha kobieca.

Zestawienie cech najczęściej wymienianych przez osoby badane różnej płci przedstawia Tabela 15.

Tabela 15. Cechy najczęściej wymieniane jako pożądane dla Ja przez osoby badane o różnej płci

Cechy pożądane dla Ja (rangi)	Kobiety	Mężczyźni
1	stanowczość	pracowitość
2	wysportowanie	wysportowanie
3	pracowitość	odpowiedzialność
4	odwaga	stanowczość
5	ambicje	ambicje
6	dowcipność	odwaga
7	bycie spokojnym	dowcipność
8	kompetencje	siła
9	siła	wrażliwość
10	asertywność	opiekuńczość

#### LEGENDA

cechy męskie	
cechy nietypowe	
cechy kobiece	

Wśród 10 najczęściej wymienianych cech przez badane kobiety znajduje się 7 cech określonych jako męskie (*stanowczość, wysportowanie, odwaga, ambicje, dowcipność, kompetencje i asertywność*) oraz 3 cechy określone jako nietypowe (*pracowitość, bycie spokojnym i siła*).

Wśród 10 najczęściej wymienianych cech przez badanych mężczyzn znajduje się 6 cech określonych jako męskie (*stanowczość, wysportowanie, odwaga, ambicje, dowcipność, odpowiedzialność*), 2 cechy określone jako nietypowe (*pracowitość i siła*) oraz 2 cechy określone jako kobiece (*wrażliwość i opiekuńczość*).

Wśród zestawów pożądanych cech Ja wymienionych najczęściej przez badane kobiety i mężczyzn w pierwszej 10-tce znalazło się aż po 8 tych samych cech. Uderzające jest podobieństwo w zakresie pierwszej 5-ki cech, bo zajmują one podobne miejsce w rankingu. Warto zwrócić uwagę na to, że wśród pożądanych cech Ja i w grupie kobiet i w grupie mężczyźni *ambicja* znalazła się na tej samej pozycji. Ten wynik sugeruje, że badane kobiety chcą cech sprawczych. Warto zauważyć, że pod względem treści aspiracji badanych kobiet otrzymany wynik okazał się niezgodny ze stereotypowym wizerunkiem typowej kobiety.

### 11.3. Stopień natężenia cech kobiecych i męskich wśród pożądanych cech Ja wymienionych przez osoby o różnej płci i w różnym wieku

Każda z wymienionych przez osoby badane pożądanych cech została oceniona przez sędziów kompetentnych jako w mniejszym lub większym stopniu kobieca i męska. Dzięki tym ocenom dla każdej z osób badanych wyliczony został

wskaźnik natężenia kobiecości i męskości wymienionych przez nią pożądanych cech Ja łącznie – osobno w zakresie cech uznanych za kobiece i osobno dla cech uznanych za męskie.

Wykonano 3-czynnikową analizę wariancji w schemacie mieszanym: Płeć (2: kobiety, mężczyźni) x Wiek (2: GRUPA MŁODSZA, GRUPA STARSZA) x Typ pożądanych cech Ja (2: pożądane cechy Ja kobiece, pożądane cechy Ja męskie).

Rycina 8. Średnie natężenia cech kobiecych i męskich wśród pożądanych cech Ja – w grupach osób badanych o różnej płci i w różnym wieku

[Słupki błędu symbolizują błąd standardowy średniej]

Otrzymano istotny efekt interakcji Typu pożądanych cechy Ja i Płci:  $F(1,239) = 9,69$ ;  $p = 0,002$ ;  $\eta_p^2 = 0,04$ . W celu wyjaśnienia efektu przeprowadzono serię porównań prostych, które pokazały, że:

1. badane kobiety generowały cechy Ja o istotnie wyższych natężeniach w zakresie cech kobiecych (3,60) niż w zakresie cech męskich (3,21);
2. badani mężczyźni generowali cechy Ja o natężeniach zbliżonych w zakresie cech kobiecych (3,51) i męskich (3,42);
3. Średnie liczebności generowanych cech nie okazały się istotnie różne w grupach zróżnicowanych ze względu na wiek.

#### **11.4. Dyskusja danych związanych z pytaniem 2: *Czy cechy kobiece i męskie są powiązane z atrybutami pożądanymi dla Ja przez osoby o różnej płci i w różnym wieku?***

Za podstawowy efekt przeprowadzonych analiz ilościowych należy uznać fakt, że zarówno badane kobiety, jak i badani mężczyźni, wygenerowali istotnie więcej cech męskich i nietypowych niż cech kobiecych. Co więcej – okazało się, że w pierwszej 10-tce najczęściej wymienianych w całej próbie pożądanych cech Ja znalazło się 6 cech męskich, 4 cechy nietypowe i ani jedna cecha uważana za typowo kobiecą. Porównania grup osób badanych o różnej płci wykazały, że w pierwszej 10-tce cech pożądanych dla Ja wymienionych przez badane kobiety znalazło się 7 cech męskich, 3 cechy nietypowe i ani jednej kobiecej, natomiast

badani mężczyźni wymienili 6 cech męskich, 2 cechy nietypowe i 2 cechy typowo kobiece (*wrażliwość* i *opiekuńczość*).

Ten obraz danych (oparty o frekwencje cech wygenerowanych przez całą badaną próbę) sugeruje, że cechy uważane za typowo kobiece nie są w badanej populacji cenione. Ale kolejna analiza w istotny sposób uzupełnia ten obraz – gdy porównane zostały wskaźniki nie liczebności, lecz natężeń cech kobiecych i męskich w całych zbiorach cech, wygenerowanych przez poszczególne osoby badane okazało się, że wymieniane cechy kobiece to cechy o szczególnie wysokich wskaźnikach natężeń kobiecości – u badanych kobiet istotnie wyższych niż natężenia cech uważanych za męskie, a u badanych mężczyzn tylko nieco wyższych. Te dane sugerują, że część cech uważanych za kobiece nie należy do repertuaru cech pożądanых dla Ja, ale znajdują się w nim jednak pewne cechy uważane za stosunkowo najbardziej kobiece. Analizy jakościowe wykazały pewien spektakularny fakt: w grupie badanych mężczyzn stosunkowo wysoką rangę uzyskała *wrażliwość* i *opiekuńczość*.

Wyniki jasno wskazują, że zarówno badane kobiety, jak i badani mężczyźni, wśród poświadanych cech Ja wymieniają głównie cechy uważane za typowo męskie – te związane ze sprawczością. O ile w przypadku mężczyzn można taki wynik uznać za „oczekiwany“ (i zgodny z panującym stereotypem), to w przypadku kobiet wynik ten nie jest intuicyjny, bo nie jest zgodny ani ze stereotypem społecznym, ani z uzyskiwanymi zwykle wynikami badań.

Wydaje się, że można go wiązać z przemianami rzeczywistości społecznej i związanymi z nimi zmianami mentalności.

Podobnie jak w wielu kulturach świata (z którymi nasza kultura jest powiązana), w Polsce następuje przesunięcie poznawcze: podważenie przekonań o drugorzędnej roli kobiet w rolach społecznych. Badacze kultur zachodnich spodziewają się więc i uzyskują dane dotyczące wzrostu preferencji cech męskich wśród kobiet oraz aspiracji w kierunku pełnienia męskich ról (Diekman i Eagly, 2000; Spence i Buckner, 2000). Podobne przewidywania można formułować co do zmian mentalności w Polsce, ale ich wnikliwe wychwycenie nie jest łatwe – gdy bada się po prostu istniejące wizerunki. Wydaje się, że szansę taką stworzyło zapytanie o cechy Ja pożądanego – dotyczące aspiracji i planów co do przyszłości. Okazało się, że badane kobiety wymieniały wśród cech poświadanych cechy sprawcze, związane z kompetencjami – co zdaje się odzwierciedlać zmiany mentalności społeczne i ich uwewnętrznienie. Zarazem, dane sugerują stosunkowo niską atrakcyjność typowych cech kobiecych – i to wśród osób badanych

z różnych grup wiekowych, o różnej płci, co może sugerować, że badane kobiety chcą zmian.

Warto przypomnieć, że badane osoby zostały dobrane ze względu na wyższe wykształcenie. Chodziło o możliwość uchwycenia zmian mentalnych, a te zachodzą powoli. Przyjęte więc zostało założenie, że po to, by przekonać się o tym, czy proces zmian ma miejsce, należy zwrócić uwagę na populację z aspiracjami (a nie przeciętnego obywatela). I w tak dobranej próbie okazało się, że aspiracje co do Ja, są w grupie kobiet raczej związane z cechami uznanymi za stereotypowo męskie. Czy chodzi jednak o wyzbycie się cech kobiecych na rzecz męskich? Czy raczej o wzbogacenie się o nowe cechy i kompetencje?

## **12. Związki pomiędzy stopniem oczekiwań własnych oraz spostrzeganych oczekiwań społecznych co do pożądanych cech Ja**

W poniższych analizach wzięto pod uwagę odpowiedzi osób, które wymieniły co najmniej jedną pożądaną cechę Ja ( $N = 244$  osób, w tym 127 kobiet i 117 mężczyzn). Sprawdzono jakie są średnie oczekiwań pożądanych cech Ja:

- oczekiwań własnych (JA CHCĘ):  $M = 5,56$ ;  $SD = 0,88$ ;
- oczekiwań społecznych (INNI CHCĄ):  $M = 4,27$ ;  $SD = 1,16$ .

Przeprowadzono analizę t-studenta dla grup niezależnych. Otrzymano wynik:  $t(1,243) = 14,82$ ;  $p < 0,001$ . Okazało się, że średnia dla oczekiwań własnych, co do pożądanych cech Ja, jest istotnie wyższa niż średnia oczekiwań społecznych.

W tabelach 16 i 17 przedstawiono wartości średnich dla oczekiwań własnych vs społecznych w podziale na płeć i wiek osób badanych.

Tabela 16. Wartości średnich dla oczekiwań własnych w podziale na płeć i wiek osób badanych

	Kobiety	Mężczyźni	CAŁA PRÓBA
GRUPA MŁODSZA	$M = 5,67; SD = 0,86$	$M = 5,45; SD = 0,89$	$M = 5,55; SD = 0,88$
GRUPA STARSZA	$M = 5,53; SD = 1,10$	$M = 5,48; SD = 0,84$	$M = 5,51; SD = 1$
CAŁA PRÓBA	$M = 5,60; SD = 0,98$	$M = 5,46; SD = 0,87$	$M = 5,56; SD = 0,88$

Analizy wskazują, że średnie dla poszczególnych grup mają wartości wysoce podobne (różnice nie są statystycznie istotne), a różnice pomiędzy nimi marginalne.

Tabela 17. Wartości średnich dla oczekiwań spostrzeganych oczekiwań społecznych w podziale na płeć i wiek osób badanych

	Kobiety	Mężczyźni	CAŁA PRÓBA
GRUPA MŁODSZA	$M = 4,24; SD = 1,24$	$M = 4,21; SD = 1,21$	$M = 4,23; SD = 1,22$
GRUPA STARSZA	$M = 4,32; SD = 1,14$	$M = 4,34; SD = 0,99$	$M = 4,33; SD = 1,08$
CAŁA PRÓBA	$M = 4,28; SD = 1,19$	$M = 4,26; SD = 1,14$	$M = 4,27; SD = 1,16$

Średnie dla poszczególnych grup mają wartości bardzo podobne (różnice nie są statystycznie istotne).

Okazało się, że w przebadanej próbie wskaźniki stopnia oczekiwań własnych okazały się wyższe niż spostrzegane wskaźniki oczekiwań społecznych – bez względu na płeć i wiek osób badanych. Wynik ten jest zapewne specyficzny dla badanej populacji, bo relacje tych samych wskaźników w innych badanych populacjach bywają odwrócone (por. Dobrenko, 2010).

### 12.1. Związek między oczekiwaniami własnymi i społecznymi w grupach osób o różnej płci i wieku

Wykonano analizy korelacji pomiędzy stopniem w jakim JA CHCĘ i INNI CHCĄ w grupach osób o różnej płci. Okazało się, że u badanych K istnieje dodatni związek między oczekiwaniami własnymi a społecznymi:

$r = 0,29; p < 0,001$ . Innymi słowy im niższy/wyższy stopień w jakim INNI CHCĄ, tym wyższy/niższy stopień, w jakim JA CHCĘ. U badanych mężczyzn nie ma istotnych związków między stopniem oczekiwań własnych i społecznych:  $r = -0,04, p = 0,64$ .

Przeprowadzono serię analiz korelacji pomiędzy stopniem w jakim JA CHCĘ i INNI CHCĄ z uwzględnieniem wieku osób badanych. Okazało się, że nie ma istotnego związku między oczekiwaniami własnymi a społecznymi w grupach osób:

- GRUPA MŁODSZA badanych K:  $r = 0,15$ ;  $p = 0,23$ ;
- GRUPA MŁODSZA badanych M:  $r = -0,04$ ;  $p = 0,69$ ;
- GRUPA STARSZA badanych M:  $r = -0,04$ ;  $p = 0,80$ .

Jedyną grupą badanych osób, w której wystąpiła istotna korelacja między oczekiwaniami własnymi a spostrzeganymi oczekiwaniami społecznymi są badane kobiety z GRUPY STARSZEJ:  $r = 0,44$ ;  $p < 0,001$ .

## 12.2. Związki między stopniem natężenia pożądanых cech Ja kobiecych i męskich a stopniem oczekiwań wewnętrznych i społecznych – w grupach o różnej płci i w różnym wieku

Dalsze analizy korelacyjne miały na celu sprawdzenie związku pomiędzy stopniem kobiecości i męskości cech pożądanых dla Ja, a stopniem oczekiwań wewnętrznych (JA CHCĘ) i zewnętrznych, społecznych (INNI CHCĄ).

### 12.2.1. Analizy z uwzględnieniem płci osób badanych

Wyniki analiz korelacji między stopniem natężenia pożądanых cech Ja kobiecych i cech męskich, a stopniem, w jakim JA CHCĘ I INNI CHCĄ, w grupach osób badanych o różnej płci, przedstawia Tabela 18.

Tabela 18. Korelacje oczekiwań (JA CHCĘ i INNI CHCĄ), a stopień natężenia męskości i kobiecości pożądanых cech Ja w grupach osób badanych o różnej płci

	K (n=127)		M (n=117)	
	JA- KOB kobie cość pożądanyc h cech Ja	męskość pożądanyc h cech JaJA-MSK	kobiecość pożądanyc h cech JaJA-KOB	męskość pożądanyc h cech JaJA-MSK
JA CHCĘ	-0,23**	0,15	-0,11	0,14
INNI CHCĄ	0,20*	-0,17 <sup>a</sup>	0,24**	-0,08

\*\*  $p < 0.01$ ; \*  $p < 0,05$ ; a  $p < 0,06$

Wyniki wskazują, że inne są związki pomiędzy stopniem oczekiwań JA CHCĘ oraz INNI CHCĄ, a stopniem pożądanых cech Ja kobiecych i męskich w grupach osób badanych o różnej płci. Uzyskane korelacje są relatywnie niskie, ale różnice między rodzajami korelacji w grupach badanych kobiet i mężczyzn są znaczące.



I tak,

**- w grupie badanych kobiet:**

(1) w zakresie cech specyficznych – im bardziej kobiece były wymieniane pożądane cechy Ja, w tym mniejszym stopniu związane były z oczekiwaniami własnymi i w tym większym stopniu związane były z oczekiwaniami społecznymi.

(2) w zakresie cech niespecyficznych — widoczny jest trend: im bardziej męskie były wymieniane pożądane cechy Ja, tym mniej związane one były z oczekiwaniami społecznymi.

**- w grupie badanych mężczyzn:**

(1) w zakresie cech specyficznych - męskich - brak istotnych korelacji ze stopniem oczekiwań społecznych i własnych.

(2) w zakresie cech niespecyficznych – im bardziej kobiece były wymieniane pożądane cechy Ja, w tym większym stopniu związane one były z oczekiwaniami społecznymi.

Warto zwrócić uwagę na fakt, że uzyskane korelacje wskazują, iż w przypadku badanych kobiet oczekiwania własne nie są spójne z oczekiwaniami społecznymi (w szczególności w przypadku pożądanych cech kobiecych.

Natomiast w grupie badanych mężczyzn, oczekiwania własne i społeczne są spójne – ale dotyczy to także głównie cech kobiecych.

### 12.2.2. Analizy z uwzględnieniem wieku osób badanych

Wyniki analiz korelacji między stopniem natężenia pożądanych cech JA kobiecych i cech męskich, a stopniem, w jakim JA CHCĘ I INNI CHCĄ, w grupach osób badanych wyznaczonych ze względu na wiek, przedstawia Tabela 19.

Tabela 19. Korelacje oczekiwań własnych i społecznych ze stopniem natężenia męskości i kobiecości pożądanych cech Ja w grupach o różnym wieku

	GRUPA MŁODSZ		GRUPA STARSZA	
	A (n = 142)		(n = 101)	
	Pożądane cechy kobiece	pożądane cechy męskie	Pożądane cechy kobiece	pożądane cechy męskie
JA CHCĘ	-0,12	0,10	-0,24*	0,14
INNI CHCĄ	0,32**	-0,20*	0,06	-0,04

Z analizy korelacji wynika, że inaczej się układają związki pomiędzy stopniem oczekiwań własnych i społecznych, a stopniem pożądanych cech Ja kobiecych i męskich w grupach o różnym wieku. W grupie osób młodszych istotne okazały się korelacje stopnia pożądania określonych cech Ja głównie z oczekiwaniami społecznymi, a w grupie osób starszych – z oczekiwaniami własnymi.

I tak, w **GRUPIE MŁODSZEJ**:

- im wyższe było natężenie kobiecości wymienianych pożądanych cech Ja, w tym większym stopniu związane były z oczekiwaniami społecznymi ;
- im wyższe było natężenie męskości wymienianych pożądanych cech Ja, w tym mniejszym stopniu związane były z oczekiwaniami społecznymi.

**W GRUPIE STARSZEJ:**

- im wyższe było natężenie kobiecości wymienianych pożądanych cech Ja, w tym mniejszym stopniu związane były z oczekiwaniami własnymi.

Warto zwrócić uwagę, że uzyskane wyniki wskazują, iż w obu grupach wiekowych związki oczekiwań własnych i społecznych zachodzą jedynie w przypadku kobiecych pożądanych cech Ja.

### **12.3. Związki oczekiwań własnych i społecznych z kobiecością i męskością pożądanych cech Ja w grupach o różnej płci i wieku**

W celu sprawdzenia czy można przewidzieć stopień natężenia kobiecości i męskości pożądanych cech Ja wymienianych przy pomocy oczekiwań własnych i spostrzeganego oczekiwania społecznego, z uwzględnieniem specyfiki grupy, przeprowadzono analizy regresji OLS (patrz Tabela 20).

Tabela 20. Analiza regresji dla kobiecości i męskości pożądanych cech Ja oraz stopnia oczekiwań własnych i społecznych z uwzględnieniem płci i wieku osób badanych

	Stopień natężenia pożądanych kobiecych cech Ja	Stopień natężenia pożądanych męskich cech Ja	
	$R^2$	$\beta$	$\beta$

Model 1: Kobiety (K)	0,15**		0,08*
oczekiwania własne		-0,33**	0,23*
oczekiwania społeczne		0,29**	-0,24*
Wiek		-0,13	0,09
Model 2: Mężczyźni (M)	0,08*		0,02
oczekiwania własne		-0,11	0,14
oczekiwania społeczne		0,24*	-0,07
Wiek		-0,10	-0,01

\*  $p < 0.05$ ; \*\* $p < 0,001$

Istotne współczynniki regresji uzyskano głównie wśród badanych kobiet (w mniejszym zakresie wśród badanych mężczyzn), a dotyczy to w większym stopniu cech kobiecych niż męskich.

Wyniki analiz wskazują

**W grupie badanych kobiet:**

- Stopień kobiecość wymienianych pożądanых cech Ja okazała się związana ujemnie z własnymi oczekiwaniami oraz pozytywnie ze spostrzeganyimi oczekiwaniami społecznymi – bez względu na wiek osób badanych; jednocześnie model dla kobiecości pożądanых cech Ja jest relatywnie najlepiej dopasowany;
- Wzorzec zależności okazał się odwrotny w przypadku męskości wymienianych pożądanых cech Ja, która związana jest dodatnio z własnymi oczekiwaniami oraz ujemnie ze spostrzeganyimi oczekiwaniami społecznymi – bez względu na wiek; dopasowanie modelu jest jednak zdecydowanie słabsze niż w przypadku kobiecości pożądanых cech Ja, choć w granicach akceptowalnych (Cohen, Cohen, West i Aiken, 2002).

Tak więc, analizy wykazały, że jeśli chodzi o oczekiwania własne to są one dodatnio powiązane z natężeniami cech męskich i negatywnie powiązane z natężeniami cech kobiecych. A dokładniej: im bardziej pożądanе kobiece cechy Ja cechy tym oczekiwania własne słabsze, a im bardziej pożądanе męskie cechy Ja, tym oczekiwania własne silniejsze. Co do oczekiwań społecznych wobec kobiet, to są one spostrzegane przez badane kobiety jako przeciwstawne oczekiwaniom własnym.

### **W grupie badanych mężczyzn:**

- Stopień kobiecość wymienianych pożądanых cech Ja okazała się pozytywnie związana ze spostrzeganymi oczekiwaniami społecznymi oraz niezwiązana z własnymi oczekiwaniami i wiekiem. Dopasowanie modelu jest słabe, ale w granicach akceptacji.
- W przypadku stopnia męskości pożądanых cech Ja nie wykryto istotnych zależności.

Podsumowując, w grupie kobiet związki pomiędzy kobiecością i męskością pożądanых cech Ja oraz oczekiwaniami własnymi i społecznymi okazały się przeciwstawne. Kobiecość pożądanых cech Ja związana jest z oczekiwaniami społecznymi, ale nie własnymi, natomiast męskie pożądane cechy Ja odwrotnie – z oczekiwaniami własnymi, ale nie społecznymi. W przypadku badanych mężczyzn kobiecość wymienianych pożądanых cech Ja związana jest pozytywnie ze spostrzeganymi oczekiwaniami społecznymi. Ani męskość ani kobiecość pożądanых cech Ja nie ma związku ze stopniem oczekiwań własnych.

### **12.4. Jakie cechy wiążą się z tym czego ja chcę, a jakie z tym czego inni chcą?**

Uczestnicy badania wymieniali najpierw cechy, jakie chcieliby posiadać, a następnie określali, w jakim stopniu na tych cechach zależy im samym, a na ile (w ich mniemaniu) zależy na nich innym ludziom. Innymi słowy, ten sam zbiór cech Ja pożądanego odnoszony był zarazem do standardów wewnętrznych (osobistych), jak i zewnętrznych (społecznych). Dzięki tej operacji można było uzyskać pośrednią informację o tym, na jakich to cechach zależy bardziej samej osobie badanej, a na jakich (wedle jej mniemania) otoczeniu. By się o tym przekonać należało podzielić wygenerowane przez uczestników cechy Ja – na bliższe oczekiwaniom własnym vs bliższe oczekiwaniom innych.

#### **12.4.1. Kryteria podziału osób badanych na grupy o różnym stopniu powiązania ze standardami wewnętrznymi vs zewnętrznymi**

W celu określenia na ile osoby badane kierują się oczekiwaniami własnymi vs spostrzeganymi oczekiwaniami społecznymi, co do pożądanых cech Ja, od wartości stopnia oczekiwań własnych odjęto wartość stopnia oczekiwań społecznych – dla każdej z wygenerowanych cech Ja. Otrzymana średnia dla całej próby osób badanych wyniosła  $M = 1,28$ ;  $SD = 1,36$ . Średnia ta – o wartości

dotadniej – wskazuje, że przebadana próba osób kieruje się w relatywnie większym stopniu oczekiwaniami własnymi niż społecznymi, w kwestii pożądaných cech Ja.

Wystandardyzowano otrzymane wskaźniki w celu uzyskania rozkładu normalnego, a następnie obliczono dla każdej osoby badanej różnicę pomiędzy wystandardyzowaną średnią oczekiwań własnych - oczekiwań społecznych. Na podstawie rozkładu różnic dokonano podziału empirycznego uczestników na dwie grupy osób:

- (1) osoby, które swoje aspiracje wiążą głównie ze standardami własnymi: silniejsze oczekiwania własne niż społeczne (grupa WEWNĄTRZSTEROWNA;  $n = 119$ , w tym  $n_K = 66$  i  $n_M = 53$ );
- (2) osoby, które swoje aspiracje stosunkowo silniej wiążą ze społecznymi oczekiwaniami: oczekiwania społeczne silniejsze niż własne (grupa ZEWNĄTRZSTEROWNA;  $n = 124$ , w tym  $n_K = 61$  i  $n_M = 63$ ).

#### 12.4.2. Analizy jakościowe w wyodrębnionych grupach

Postanowiono sprawdzić, jakie cechy były najczęściej wymieniane przez osoby z grupy WEWNĄTRZSTEROWNEJ (uznanych za kierujące się – w zakresie aspiracji co do cech Ja – raczej standardami wewnętrznymi) vs ZEWNĄTRZSTEROWNEJ (kierującej się raczej standardami zewnętrznymi). Analiza oparta została na frekwencjach wymienionych przez każdą z grup różnych jakościowo cech. Wyniki przedstawia Tabela 21.

Tabela 21. Najczęściej wymieniane pożądane cechy Ja w podziale na grupy WEWNĄTRZSTEROWNE i ZEWNĄTRZSTEROWNE

Cechy pożądane dla Ja (rangi)	GRUPA WEWNĄTRZSTEROWNA	GRUPA ZEWNĄTRZSTEROWNA
1	wysportowanie	wysportowanie
2	pracowitość	pracowitość
3	stanowczość	stanowczość
4	odwaga	odpowiedzialność
5	ambicje	ambicje
6	odpowiedzialność	dowcipność
7	dowcipność	odwaga
8	asertywność	siła
9	siła	wrażliwość
10	bycie spokojnym	opiekuńczość

LEGENDA  
cechy męskie





I tak, w grupie **WEWNĄTRZSTEROWNEJ** okazało się, że wśród 10 najczęściej wymienianych cech przez osoby, których aspiracje są związane z własnymi standardami, znajduje się 6 cech określonych jako męskie (*stanowczość, wysportowanie, odwaga, ambicje, dowcipność i asertywność*) oraz 4 cechy określone jako nietypowe (*pracowitość, bycie spokojnym, odpowiedzialność i siła*). Warto nadmienić, że wymienione powyższe cechy są cechami pokrywającymi się w 90% (z wyjątkiem cechy *odpowiedzialność*) z najczęściej wymienianymi cechami przez badane kobiety (por. Rozdział 3.2.3. Tabela 15).

W grupie **ZEWNĄTRZSTEROWNEJ** wśród 10 najczęściej wymienianych cech przez osoby, których aspiracje bardziej związane są ze społecznymi oczekiwaniami, znajduje się 5 cech określonych jako męskie (*stanowczość, wysportowanie, odwaga, ambicje i dowcipność*), 3 cechy określone jako nietypowe (*pracowitość, odpowiedzialność i siła*) oraz 2 cechy określane jako kobiece (*wrażliwość i opiekuńczość*). Wymienione powyżej cechy w 70% pokrywają się treściowo z cechami najczęściej wymienianymi przez badanych mężczyzn (por. Rozdział 3.2.3. Tabela 15).

Wyniki analiz jakościowych wskazują na istnienie dużego stopnia konsensusu, co do pożądanych cech osobowych w grupie **WEWNĄTRZSTEROWNEJ** i **ZEWNĄTRZSTEROWNEJ**. Obie grupy wymieniły aż 8 cech – są to: *pracowitość, wysportowanie, stanowczość, odwaga, ambicje, odpowiedzialność, dowcipność i siła*. Oba wymienione zbiory cech (dla grup **WEWNĄTRZSTEROWNEJ** i **ZEWNĄTRZSTEROWNEJ**) zawierają więc w 80% te same cechy, o podobnych rangach frekwencyjności.

Różnice jakościowe dotyczą więc cech wymienionych w danej grupie i nie wymienionych w drugiej z grup – są to:

- w grupie **WEWNĄTRZSTEROWNEJ** *asertywność i bycie spokojnym*
- w grupie **ZEWNĄTRZSTEROWNEJ** – *wrażliwość i opiekuńczość*.

W obu przypadkach były to cechy o stosunkowo niższych (w pierwszej dziesiątce pożądanych cech Ja) frekwencjach.

Dzięki zbliżonym liczebnościom obu porównywanych grup (119 vs 124), na podstawie frekwencji generowania określonych cech, można było nadać poszczególnym cechom wagi i sprawdzić czy pewne cechy są nieco ważniejsze dla osób z grupy **WEWNĄTRZSTEROWNEJ** i osób z grupy **ZEWNĄTRZSTEROWNEJ**. Okazało się, że:

1) Wśród cech wymienianych najczęściej nie ma takich, które byłyby bardziej pożądane (miały większe frekwencje) w grupie osób WEWNĄTRZSTEROWNYCH niż w grupie osób ZEWNĄTRZSTEROWNYCH;

2) Natomiast trzy cechy uzyskały podobne frekwencje w obu grupach – są to cechy:

- *wysportowanie*: grupa WEWNĄTRZSTEROWNNA (43) vs grupa ZEWNĄTRZSTEROWNNA (44)
- *stanowczość*: grupa WEWNĄTRZSTEROWNNA (39) vs grupa ZEWNĄTRZSTEROWNNA (44)
- *odwaga*: grupa WEWNĄTRZSTEROWNNA (32) vs grupa ZEWNĄTRZSTEROWNNA (31);

3) Wreszcie – niektóre cechy uzyskały wyższe frekwencje w grupie ZEWNĄTRZSTEROWNEJ niż w grupie WEWNĄTRZSTEROWNEJ:

- *pracowitość*: grupa WEWNĄTRZSTEROWNNA (39) vs grupa ZEWNĄTRZSTEROWNNA (59)
- *ambicje*: grupa WEWNĄTRZSTEROWNNA (29) vs grupa ZEWNĄTRZSTEROWNNA (35)
- *dowcipność*: grupa WEWNĄTRZSTEROWNNA (18) vs grupa ZEWNĄTRZSTEROWNNA (32)
- *siła*: grupa WEWNĄTRZSTEROWNNA (17) vs grupa ZEWNĄTRZSTEROWNNA (26).

Uzyskane dane sugerują, że wiele ważnych – bo pożądanych dla własnego Ja – cech stanowią cechy, co do których oczekiwania własne pokrywają się z oczekiwaniami społecznymi. A fakt, że w odniesieniu do niektórych cech oczekiwania własne są słabsze niż społeczne, wskazuje na spostrzegane przez osoby badane aspiracje otoczenia – w badanej próbie dotyczy to przede wszystkim *pracowitości* i *ambicji*.

#### **12.4.3. Analizy jakościowe w wyodrębnionych grupach osób o różnej płci**

Poniżej zostaną przedstawione analizy jakościowe pożądanych cech Ja w podziale na grupę ZEWNĄTRZSTEROWNĄ i WEWNĄTRZSTEROWNĄ, z uwzględnieniem płci osób badanych. W pierwszej kolejności zostaną przedstawione wyniki dla badanych kobiet (zobacz Tabela 22). Okazało się, że wśród kobiet liczebności wyróżnionych grup były zbliżone (WEWNĄTRZSTEROWNNA:  $n = 66$  oraz grupa ZEWNĄTRZSTEROWNNA:  $n = 61$ ).





Tabela 22. Najczęściej wymieniane pożądane cechy Ja przez badane kobiety w podziale na grupy WEWNĄTRZSTEROWNE i ZEWNĄTRZSTEROWNE

Cechy pożądane dla Ja (rangi)	GRUPA WEWNĄTRZSTEROWNA	GRUPA ZEWNĄTRZSTEROWNA
1	stanowczość	pracowitość
2	wysportowanie	stanowczość
3	odwaga	wysportowanie
4	ambicje	odwaga
5	pracowitość	ambicje
6	asertywność	dowcipność
7	pewność siebie	bycie spokojnym
8	dowcipność	kompetencje
9	bycie spokojnym	ładna
10	wyrozumiałość	odpowiedzialność

LEGENDA  
 cechy męskie  
 cechy nietypowe  
 cechy kobiece



Sprawdzono jakie cechy były najczęściej wymieniane przez badane kobiety z grupy WEWNĄTRZSTEROWNEJ ( $n=66$ ). Okazało się, że wśród 10 najczęściej wymienianych cech przez kobiety, których aspiracje są związane głównie z własnymi standardami, znajduje się 7 cech określonych jako męskie (*stanowczość, wysportowanie, odwaga, ambicje, asertywność, pewność siebie oraz dowcipność*), 2 cechy określone jako nietypowe (*pracowitość i bycie spokojnym*) oraz 1 cecha określana jako kobieca (*wyrozumiałość*).

Sprawdzono również jakie cechy były najczęściej wymieniane przez kobiety z grupy ZEWNĄTRZSTEROWNEJ ( $n=61$ ). Okazało się, że wśród 10 najczęściej wymienianych cech przez kobiety, których aspiracje bardziej związane są ze społecznymi oczekiwaniami, znajduje się 6 cech określonych jako męskie (*stanowczość, wysportowanie, odwaga, ambicje, dowcipność i kompetencje*), 2 cechy określone jako nietypowe (*odpowiedzialność i bycie spokojnym*) oraz 1 cecha określone jako kobieca (*bycie ładnym*).

Podobne analizy wykonano dla badanych mężczyzn (wśród których grupa WS:  $n = 53$  oraz grupa ZS  $n = 63$ ). Wyniki przedstawia Tabela 23.

Tabela 23. Najczęściej wymieniane pożądane cechy Ja przez badanych mężczyzn w podziale na grupy WEWNĄTRZSTEROWNE i ZEWNĄTRZSTEROWNE

Cechy pożądane dla Ja (rangi)	GRUPA WEWNĄTRZSTEROWNA	GRUPA ZEWNĄTRZSTEROWNA
1	pracowitość	pracowitość
2	wysportowanie	wysportowanie
3	stanowczość	odpowiedzialność
4	odpowiedzialność	stanowczość
5	ambicje	ambicje
6	odwaga	dowcipność
7	siła	odwaga
8	dowcipność	siła
9	bycie spokojnym	wrażliwość
10	uczciwość	opiekuńczość

LEGENDA  
cechy męskie  
cechy nietypowe  
cechy kobiece



Sprawdzono jakie cechy były najczęściej wymieniane przez mężczyzn z grupy WEWNĄTRZSTEROWNEJ ( $n=53$ ). Okazało się, że wśród 10 najczęściej wymienianych cech przez mężczyzn, których aspiracje są związane głównie z własnymi standardami, znajduje się 5 cech określonych jako męskie (*stanowczość, wysportowanie, odwaga, ambicje oraz dowcipność*), oraz 5 cech określanych jako nietypowe (*pracowitość, odpowiedzialność, siła, bycie spokojnym oraz uczciwość*).

Sprawdzono również jakie cechy były najczęściej wymieniane przez mężczyzn z grupy ZEWNĄTRZSTEROWNEJ ( $n=63$ ). Okazało się, że wśród 10 najczęściej wymienianych cech przez mężczyzn, których aspiracje bardziej związane są ze społecznymi oczekiwaniami, znajduje się 5 cech określonych jako męskie (*stanowczość, wysportowanie, odwaga, ambicje oraz dowcipność*), 3 cechy określone jako nietypowe (*pracowitość, odpowiedzialność i siła*) oraz 2 cechy określone jako kobiece (*wrażliwość i opiekuńczość*).

### 12.5. Dyskusja danych dotyczących pytania 3: *W jakim stopniu oczekiwania wobec cech pożądanych dla Ja są własne (wewnętrzne), a w jakim społeczne (zewnętrzne)?*

Uczestnicy badania wymieniali najpierw cechy, jakie chcieliby posiadać, a następnie określali, w jakim stopniu na tych cechach zależy im samym, a na ile (w ich mniemaniu) zależy na nich innym ludziom. Dzięki tej operacji można było

uzyskać pośrednią informację o tym, w jakim stopniu czynniki zewnętrzne, czy też przekonania osobiste, wyznaczają treść Ja pożądanego.

Wyniki analiz korelacji i regresji wskazują, że inne są związki pomiędzy stopniem oczekiwań własnych i społecznych, a stopniem poświadczanych cech Ja kobiecych i męskich w zależności od płci osób badanych.

W przypadku badanych kobiet okazało się, że im bardziej one (podmiot) poświadczały jakieś cechy, tym większy był stopień poświadczanych cech męskich (niespecyficznych), a mniej kobiecych (specyficznych). I na odwrót, im bardziej dana cecha była spostrzegana jako oczekiwana społecznie – tym mniej była to cecha męska, a bardziej kobieca. Innymi słowy oczekiwania własne kobiet nie były spójne z oczekiwaniami społecznymi. Wiek kobiet nie miał wpływu na otrzymane wyniki.

W przypadku badanych mężczyzn okazało się, że nie ma związku między oczekiwaniami własnymi a męskimi (specyficznymi) cechami poświadczanymi dla Ja i kobiecymi (niespecyficznymi) cechami poświadczanymi dla Ja. Istnieje natomiast dodatni związek pomiędzy oczekiwaniami zewnętrznymi a cechami kobiecymi (niespecyficznymi) poświadczanymi dla Ja. Wiek mężczyzn nie miał wpływu na otrzymane wyniki.

Warto zauważyć, że istotne związki oczekiwań wewnętrznych i zewnętrznych dotyczą głównie kobiecych poświadczanych cech Ja.

I tak, wystąpił dodatni związek między spostrzeganymi oczekiwaniami społecznymi a poświadczanymi cechami kobiecymi, występujący zarówno w grupie badanych kobiet, jak i mężczyzn. Być może wynik ten oznacza spójność własnych aspiracji z pojęciem standardów Ja powinnościowych Higginsa (1987) – nakazujących respektowanie oczekiwań innych (Baldwin i Holmes, 1987; Moretti i Higgins, 1990; Woydyłło, 2004). A oczekiwania pewnych cech kobiecych mogą dotyczyć zarówno kobiet, jak i mężczyzn, bo cechy kobiece najczęściej dotyczą stosunku do Innych – społeczeństwa, rodziny, współpracowników. I to innym zależy na tym, żeby jednostka była miła, troszczyła się o innych członków grupy, była wspierająca i rozumiejąca. Cechy poświadczone przez innych to cechy kobiece.

Jednak część wyników sugeruje nierespektowanie oczekiwań społecznych. Dotyczy to ujemnej korelacji pomiędzy stopniem męskości poświadczanych cech Ja przez kobiety, a stopniem oczekiwań społecznych. Ten wynik jest więc szczególnie znaczący, bo oczekiwania własne są sprzeczne z oczekiwaniami społecznymi. Można ten rezultat uznać za szczególnie istotny przejaw przemian mentalności kobiet.

Wykonana analiza jakościowa pozwala na głębsze przyjrzenie się jakie

konkretnie cechy są wymieniane przez osoby badane najczęściej jako cechy pożądane dla Ja. Pomimo, że analizie zostało poddanych tylko 10 cech o najwyższych rangach frekwencyjnych, to uzyskane dane rzucają dodatkowe światło na wyniki ilościowe.

Uzyskane dane świadczą o tym, że wiele cech najbardziej pożądanych dla Ja jest powiązanych z oczekiwaniami zewnętrznymi, które są podzielane przez sam podmiot. Dane wskazujące na pokrywanie się oczekiwań własnych i społecznych nie są jednak tak frapujące, jak dane dotyczące cech, co do których oba źródła standardów nie pokrywają się. Zgodnie z ugruntowaną wiedzą nie można się spodziewać (w losowej próbie) drastycznej niespójności oczekiwań. Warto więc przyjrzeć się zakresom spójnym i odmiennym w podziale na płeć osób badanych.

W zakresie cech spójnych wymienianych najczęściej, zarówno przez badane kobiety, jak i badanych mężczyzn, znalazły się głównie cechy określane jako męskie (*wysportowanie, stanowczość, odwaga, ambicja i dowcipność*) oraz cechy określane jako nietypowe (*pracowitość*). Powyższe cechy były wymieniane przez osoby badane bez względu na rodzaj oczekiwań. Można więc uznać, że cechy te są stereotypowo oczekiwane od przedstawicieli obydwu grup i są w pewien sposób „internalizowane” jako własne aspiracje. Fakt ten stoi w sprzeczności z danymi dotyczącymi cech, które stereotypowo są oczekiwane od kobiet: od kobiet oczekuje się cech kobiecych (Rosenkrantz i in., 1968; Broverman i in., 1972; Spence i in., 1974; Williams i Best, 1982; Kwiatkowska, 1999; Mandal, 2000; Deaux i Kite, 2002; Brannon, 2002; Price i Crapo, 2003; Glick i in., 2004; Renzetti i Curran, 2005; Bajkowski, 2010; Wojciszke, 2010).

Niespójność wyników może wiązać się zarówno z wyborem grupy docelowej (która z założenia powinna mieć sprecyzowane plany i ambicje), jak i sposobem zadanego pytania: uczestnicy pytani byli nie o to, jacy są, lecz o to, jacy chcieliby być.

W zakresie cech niespójnych okazało się, że występują duże różnice treściowe pomiędzy badanymi kobietami a mężczyznami.

W przypadku badanych kobiet okazało się, że osoby z grupy WEWNĄTRZSTEROWNEJ wymieniają cechy męskie takie jak: *asertywność*, czy *pewność siebie* oraz kobiecą cechę – *wyrozumiałość*. To kolejny wynik wskazujący, że kobiety widzą jakie cechy ułatwiają mężczyznom spełniać swoje ambicje i wiedzą, że posiadanie takich cech może pomagać w zdobywaniu sukcesów. Wymieniają jednak również cechę kobiecą – *wyrozumiałość*. Wiele danych wskazuje, że powyższa cecha odróżnia szefów-kobiety od szefów-

mężczyzn (Sikorski, 1995; Rubin, 1997; Oppermann i Weber, 2000). Dlatego wymieniona mieszanka cech męskich i kobiecych może być drogą do spełnienia ambicji zawodowych.

Kobiety z grupy ZEWNĄTRZSTEROWNEJ wymieniły *kompetencje* (cecha uznana za męską), *bycie ładnym* (cecha uznana za kobiecą) oraz *bycie odpowiedzialnym* (cecha uznana za nietypową). O ile *bycie ładnym* i *odpowiedzialnym* jest stereotypowo przypisywane kobietom, to *bycie kompetentnym* nie wchodzi do repertuaru cech uznawanych za kobiece. Być może więc jest to przejaw zmiany mentalności, związanych z asymilacją wzorców kobiet, które spełniają się w pracy zawodowej.

Badani mężczyźni z grupy WEWNĄTRZSTEROWNEJ wymienili 2 cechy nietypowe: *bycie spokojnym* oraz *uczciwość*. I choć wskazali, że są one związane głównie z oczekiwaniami własnymi, a nie otoczenia, to jednak wiadomo, że są one powszechnie społecznie oczekiwane – choć można tego nie dostrzegać, a na to właśnie wskazują wyniki analiz ilościowych (na brak odniesień cech Ja pożądanego mężczyzn do tradycyjnych społecznych podziałów na cechy kobiece i męskie).

Mężczyźni z grupy ZEWNĄTRZSTEROWNEJ wymienili 2 cechy kobiece: *wrażliwość* i *opiekuńczość*. Wynik ten nie jest oryginalny, jest zgodny z danymi z innych badań (Rosenkrantz i in., 1968; Broverman i in., 1972; Spence i in., 1974; Williams i Best, 1982; Kwiatkowska, 1999; Mandal, 2000; Deaux i Kite, 2002; Brannon, 2002; Price i Crapo, 2003; Glick i in, 2004, Renzetti i Curran, 2005; Bajkowski, 2010; Wojciszke, 2010). W tym przypadku zbieżność oczekiwań własnych i społecznych sugeruje, że mężczyźni ci w wysokim stopniu uznają to, czego chcą od nich inni (bo ich własne wobec siebie oczekiwania co do tych cech były mniej nasilone). Być może więc jest to przejaw zmieniającej się mentalności, a bycie egoistycznym mężczyzną (co jest charakterystyczne dla czasów androcentryzmu) przestaje być atrakcyjne. Liczne dane wskazują, że lepiej przystosowani do życia we współczesnych czasach są mężczyźni, którzy posiadają cechy nie tylko męskie, ale i kobiece (Kuczyńska, 1992; Bem, 2000; Brannon, 2002).

### 13. Dyskusja ogólna

Celem badań było uzyskanie wglądu w atrybuty kobiecości i męskości zawarte w uogólnionych wizerunkach współczesnej kobiety i współczesnego

mężczyzny oraz wglądu w ich przemiany, wyrażające się treścią pożądaną wersji własnego Ja: treścią cech, które samemu chciałoby się posiadać i rozwijać.

Dla tych celów zaplanowane zostały badania z udziałem osób o różnej płci, w różnym wieku i z wyższym wykształceniem (lub osób, które w przyszłości będą takie posiadać). Chodziło o to, by porównać poznawcze reprezentacje cech płci w próbach osób o płci odmienniej. W związku z pytaniami o przemiany chodziło także o to, by porównać próby różniące się wiekiem. Dobranie specyficznej próby - osób z wyższym wykształceniem - miało uzasadnienie metodologiczne (patrz Rozdział 6.2.4. Wybór grupy docelowej). Takie osoby mają z założenia bardziej złożone reprezentacje świata, są bardziej otwarte na zachodzące w ich otoczeniu zmiany oraz posiadają sprecyzowane wizje własnej osoby w przyszłości.

W związku z tymi celami podjęta została praca nad metodami, które pozwoliłyby uzyskać rejestr cech uznawanych za typowe dla reprezentantów obojga płci – by wybrać spośród nich cechy specyficzne: przypisane tylko kobietom bądź tylko mężczyznom. W początkowych etapach tworzenia nowego narzędzia wśród wymienianych cech opisujących kobiety i mężczyzn pojawiały zarówno cechy pozytywne, określane jako zalety, jak i cechy negatywne - wady (np: *bezlitosna/y*, *kłótniwa/y*, *chciwy/a*). Cechy, które znalazły się w finalnym narzędziu były wybrane na podstawie liczby wystąpień. Okazało się, że cechy negatywne miały stosunkowo niskie frekwencje i dlatego nie znalazły się w finalnej wersji narzędzia. Tak powstały dwa rozłączne zbiory pozytywnych atrybutów uznanych za KOBIECE lub MĘSKIE. Z kolei pomiar cech poświadczanych (por. technika „Moje cechy poświadczane”) polegał na generowaniu cech, które osoby badane chciałyby posiadać – uczestnicy wymieniali wyłącznie cechy pozytywne.

Jakie cechy pozytywne były więc przypisywane kobietom, a jakie mężczyznom? Ta część danych nie przyniosła nowych wglądów. Wprawdzie uczestnicy badań pilotażowych wymienili spontanicznie łącznie ponad 300 różnych cech (w odpowiedzi na pytanie o cechy, które charakteryzują mężczyzn bądź kobiety), ale największe frekwencje uzyskały cechy uważane za stereotypowe, bo tradycyjnie przypisywane były reprezentantom danej płci: kobiety *wrażliwe*, *delikatne*, *ciepłe*, a mężczyźni *odważni*, *silni*, *stanowczy* itd. . Ten obraz jest wynikiem zastosowanej metody.

Analizy zasadnicze oparte zostały na założeniu, że zbiory cech kobiecych i męskich są do pewnego stopnia rozłączne (za sprawą istniejących atrybutów specyficznie kobiecych czy męskich), a przejawem androgyniczności wizerunków osób różnej płci jest proporcja cech obu rodzajów w uogólnionych wizerunkach reprezentantów płci czy osobistym wizerunku własnego Ja. Jeśli bowiem cecha

uznana wcześniej za specyficzną dla danej płci zostaje przypisana typowemu reprezentantowi płci przeciwnej, to oznacza, że traci na swym specyficznym charakterze, staje się cechą androgyniczną.

Analiza danych skoncentrowana była na odpowiedzi na trzy pytania: (1) o cechy wizerunków typowej kobiety i typowego mężczyzny, (2) o cechy pożądane dla Ja oraz (3) o to, w jakim stopniu oczekiwania co do cech pożądanych dla Ja są skorelowane, powiązane z oczekiwaniami własnymi, a w jakim stopniu z oczekiwaniami społecznymi. To ostatnie pytanie miało pogłębić wgląd w to na ile określone indywidualne aspiracje, co do własnych cech osobowych, związane są z istniejącymi standardami społecznymi, dotyczącymi cech męskich i kobiecych, a na ile poza te oczekiwania wykraczają – co może wskazywać na dynamikę i kierunek mentalnych przemian. Co wyłania się z analizy danych dotyczących trzech postawionych pytań?

### **13.1. Asymetria androgyniczności wizerunków typowej kobiety i typowego mężczyzny**

W związku z pytaniem 1 okazało się, że osoby badane przypisały typowej kobiecie istotnie wyższe natężenia cech męskich niż typowemu mężczyźnie natężenia cech kobiecych. W świetle tych danych można sądzić, że w odniesieniu do populacji współczesnych mężczyzn utrzymuje się wizerunek męskości ich cech, a wizerunek typowej kobiety nabiera cech męskich. Warto podkreślić fakt, że to badane kobiety określiły typową kobietę jako bardziej „męską” niż badani mężczyźni. Taki rezultat może świadczyć o kobiecych aspiracjach do posiadania cech sprawczych, bo właśnie takie są wyżej wartościowane w świecie „męskim”, patriarchalnym.

Podobny wynik prezentuje Kwiatkowska (1999). Okazało się, że badane kobiety uważały, że Polki (kobiety) są „ambitne, niezależne i mają wszelkie cechy umożliwiające im zdobycie sukcesu zawodowego. (...) można rzec, że autostereotyp Polek zawiera cechy kobiece ponadkulturowe (uniwersalne) (...) a ponadto widać w nim znamiona obecnych przeobrażeń społecznych idących w kierunku większej niezależności kobiet” (Kwiatkowska, 1999, s. 166).

Na rzecz tezy o tego typu dynamice przemawia fakt, że najbardziej asymetryczne okazały się wyniki w grupach badanych kobiet, różniących się wiekiem: to młodsze kobiety dostrzegły wyższe natężenia cech męskich w wizerunku kobiet, a starsze uzyskały wzór danych typowy dla obrazu tradycyjnego.

Analizy jakościowe pozwalają uchwycić treści wizerunków. Części cech przypisane zostały natężenia przeciwstawne: kobiety – *uczuciowe, wrażliwe, opiekuńcze i delikatne*, a mężczyźni – *nie subtelni, nie delikatni, nie uczuciowi*. Cechy najbardziej asymetryczne to: mężczyźni *stanowczy i ambitni*, a kobiety *nie odważne*.

Ten zbiór cech zdaje się świadczyć o sztywności tradycyjnych stereotypów zwłaszcza w przypadku odpowiedzi badanych mężczyzn. Jakie mogą być tego przyczyny? W poszukiwaniu wyjaśnień można odwoła

się do badań nad zagadnieniem władzy i tendencją do jej utrzymania (Mandal, 2008). Jeśli przyjąć, że współczesne polskie społeczeństwo nadal jest silnie patriarchalne, a mężczyźni to kategoria „trzymająca władzę”, to właśnie mężczyźni powinni dążyć do zachowania dotychczasowego wizerunku – samych siebie, ale także kobiet. Liczne badania wskazują, że osoby posiadające władzę często posługują się w kontaktach z innymi heurystykami, czy stereotypami. Nie interesują się poszczególnymi przedstawicielami określonych grup społecznych – korzystają z szybko dostępnych skrótów poznawczych (Fiske, 1993; Goodwine, Gubin, Fiske, i Yzerbyt, 2000). Dlatego są to osoby bardziej odporne na zachodzące zmiany w społeczeństwie i mniej chętnie asymilują nowe wartości.

Analizy jakościowe sugerują, że chodzi nie tyle o sztywność postrzeganych różnic na wymiarze kobiecości (*współnotowości* np.: Wojciszke, 2010; Winiewski, 2010), ile różnic na wymiarze męskości (*sprawczości* np.: Wojciszke, 2010; Winiewski, 2010). Szczególnie archaiczne wydaje się przekonanie, że to nie kobiety, a mężczyźni są ambitni. Dane statystyczne dla prób reprezentatywnych w Polsce zdają się temu przeczyć – w odniesieniu do istotnych dla tej kwestii dziedzin życia. Wykazują, że proporcja kobiet podejmujących studia wyższe obecnie wynosi 58,8% w stosunku do 41,2% mężczyzn (GUS, 2011). Co ciekawe, proporcja kobiet do mężczyzn wśród słuchaczy Uniwersytetów Trzeciego Wieku (które wprowadzie dotyczą starszej generacji, ale powstały współcześnie) wskazuje również na wyraźną liczebną przewagę kobiet wśród ogółu uczestników tej formy kształcenia się ([www.utw.pl](http://www.utw.pl)).

Podobnie ma się kwestia wysportowania kobiet i mężczyzn. Wyniki badania wskazują, że typowa kobieta jest postrzegana jako *nie wysportowana*, a dane statystyczne związane z uczestnictwem w zajęciach sportowych zorganizowanych, często popularnych i modnych, wskazują na inną rzeczywistość. Wskaźniki uczestnictwa w zajęciach typu joga, aerobik (15,9% kobiet korzysta z tego typu spędzania wolnego czasu vs 3,1% mężczyzn), taniec (9,9% kobiet vs 4,2% mężczyzn), czy modny w ostatnich latach nordic walking



(35,3 kobiet vs 21,4% mężczyzn) świadczą o nowych aspiracjach kobiet, dotyczących własnej fizyczności i wysportowania (GUS, 2009).

Reasumując analizy danych dotyczących pytania 1 – wskazują one, z jednej strony, na powiązania wizerunków współczesnych kobiet i mężczyzn z tradycyjnymi stereotypami, ale z drugiej – sugerują zmianę proporcji cech kobiecych i męskich w wizerunku kobiet: w kierunku wzrostu androgyniczności. Cechy wartościowane pozytywnie w społeczeństwie patriarchalnym nie przestają być cenione, ale wraz ze zmianą ról społecznych zachodzi stopniowo proces odchodzenia od uznawania ich za wyłącznie cechy męskie.

Zmieniająca się sytuacja społeczna (większy udział mężczyzn w życiu rodzinnym, wychowywaniu dzieci itp., zwiększająca się rola kobiet - od dobrze płatnych stanowisk po spełnianie swoich pasji – innych niż stereotypowe) pociąga za sobą zmiany w zachowaniach i świadomości ludzi. Młodzi ludzie szybciej i bardziej naturalnie podchwytyją zachodzące zmiany niż osoby starsze, o przekonaniach ukształtowanych w innych czasach.

### **13.2. Dwa kierunki asymetrii wizerunków pożądanых cech Ja w próbie badanych kobiet i mężczyzn**

W związku z pytaniem 2 analizowane były cechy, które uczestnicy badań wymienili w odpowiedzi na pytanie o to, jakie cechy chcieliby mieć. Wykorzystane zostały dwa wskaźniki, co istotnie poszerzyło zakres uzyskanych wglądów. Jeden z tych wskaźników stanowiła liczna wygenerowanych cech uznanych przez sędziów kompetentnych za kobiece bądź męskie. Drugi wskaźnik uzyskany został dzięki temu, że sędziowie oceniali także stopień w jakim dana cecha jest kobieca czy męska. Dzięki temu dla każdej osoby badanej został obliczony stopień kobiecości czy męskości wygenerowanych cech uznanych za pożądane dla Ja.

Okazało się, że zarówno badane kobiety, jak i badani mężczyźni, wygenerowali istotnie więcej cech męskich i nietypowych niż cech kobiecych. Stopień dysproporcji jest zaskakujący: cechy typowo kobiece wymieniane były około 50% rzadziej niż pozostałe cechy – bez względu na płeć i wiek osób badanych. We wszystkich grupach wystąpiła tego typu asymetria. W puli 10 najczęściej wymienianych pożądanых cech Ja pojawiły się głównie cechy męskie i nietypowe (w ocenie sędziów), a nie było wśród nich ani jednej cechy typowo kobiecej!

Zaskakujący był także inny rodzaj asymetrii. Otóż okazało się z kolei, że zarówno w grupie badanych kobiet, jak i mężczyzn (bez względu na wiek),

natężenia pożądanych dla Ja cech kobiecych były wyższe niż natężenia cech męskich. Innymi słowy, jeśli już wśród pożądanych cech Ja wymienione zostały jakieś cechy kobiece, to były to cechy o wysokim ładunku kobiecości (w ocenach sędziów kompetentnych).

W grupie badanych kobiet natężenia cech kobiecych były istotnie wyższe niż natężenia cech męskich – co sugeruje, że aspiracje do cech męskich nie oznaczają dążenia do zamieniania się rolami. Natomiast w grupie badanych mężczyzn wskaźniki dla cech kobiecych były podobne jak w grupie badanych kobiet i choć wyższe, to zarazem zbliżone do wartości wskaźników dla cech męskich. Ten obraz danych sugeruje, że mężczyźni akceptują niektóre cechy uznawane za najbardziej kobiece (skoro wiążą je z Ja pożądanym).

Wyniki te mogą jednak oznaczać także i to, że o ile kobiety są wrażliwe na podział cech na typowo kobiece i typowo męskie, to mężczyźni wymieniają cechy pożądane bez względu na ten podział. Dopiero obserwator dostrzega, że proporcje cech obu rodzajów są u nich wyrównane. I ten właśnie przejaw – nie przywiązywanie wagi do tradycyjnego podziału cech - można uznać za specyficzny dla współczesności. Według niektórych autorów stereotypy płci stają się współcześnie coraz słabsze, szczególnie wśród osób młodych i wykształconych (Abele, 2003). Zjawisko „blednięcia stereotypów”, obserwowane w różnych współczesnych społeczeństwach (Diekmann i Eagly, 2000; Abele, 2003) może mieć swoje źródło w coraz bardziej powszechnej regule poprawności politycznej (zakaz kategoryzowania ludzi ze względu na pewne, łatwo zauważalne cechy fizyczne jak: płeć, wiek, rasa), lub też wynikać z tego, że w ogóle ludzie w mniejszym stopniu postrzegają siebie w kategoriach płci, ponieważ podejmują wiele różnorodnych ról społecznych. Eagly i Wood (1999) wykazały, że silniejsze pożądanie stereotypowych zalet płci przeciwnej (kobiety pożądają zasobów materialnych, a mężczyźni młodego wyglądu i atrakcyjności fizycznej kobiet) słabnie w krajach o bardziej egalitarnych pozycjach płci (definiowanych jako stosunek zarobków kobiet do zarobków mężczyzn oraz odsetek kobiet na stanowiskach kierowniczych w biznesie i parlamencie). Uzyskane dane sugerują, że proces ten w Polsce zachodzi raczej w populacji mężczyzn niż kobiet. Dane uzyskane przez Bar-Tal i Jarymowicz (2010) sugerują, że mężczyźni tworzą schematy wiedzy z większą łatwością niż kobiety, co może przejawiać się tworzeniem nowych schematów także i pod wpływem niestereotypowych przekazów społecznych na temat płci.

Otrzymane wyniki są zgodne z wynikami Spence'a i Bucknera (2000). Ich zdaniem kobiety coraz częściej są postrzegane jako osoby posiadające cechy

zarówno kobiecie jak i męskie. Badacze wykazali w swoich badaniach, że od 20 lat zmienia się obraz kobiet w zakresie cech sprawczych (niespecyficznych). Autorzy rozdzielili cechy sprawcze na 2 jakościowo różne grupy cech: cechy związane z kompetencjami (*agentic competence*) (np: samodzielność, poleganie na sobie, indywidualizm i ambicje) oraz na cechy związane z dominacją społeczną (*social dominance*) (np: konkurencyjność, zdecydowanie, agresywność, siła przekonywania, charyzma). Okazało się, że w wizerunku kobiet wzrasta natężenie cech związanych z kompetencjami, które pomagają w byciu niezależnym.

Baumeister i Sommer (1997) dowiedli, że chociaż kobiety są bardziej *wspólnotowe* (kobiece) od mężczyzn, a mężczyźni bardziej *sprawczy* (męscy) od kobiet, to różnice te są dynamiczne w zależności od kontekstu społecznego, a szczególnie wyraźne w przypadku cech kobiecych (*wspólnotowych*). Gabriel i Gardner (1999) dowiedli w serii badań, że *wspólnotowość* kobiet jest głównie związana z bliskimi i głębokimi związkami z innymi. Natomiast *wspólnotowość* mężczyzn jest związana ze związkami w szerszych grupach. Na przykład życie polityczne (przecież wciąż prawie wszędzie na świecie dominowane przez mężczyzn) jest związane z posiadaniem cech kobiecych – specyficznych ze względu na kontekst: chodzi o szersze a zarazem płytsze relacje grupowe, zawiązywanie koalicji itp. Badacze ci uwrażliwiają na fakt, że zmienność wizerunków reprezentantów płci nie jest tylko funkcją długofalowych przemian, ale i doraźnych zadań, pełnionych funkcji, ról, czy oczekiwań społecznych.

### **13.3. Asymetria oczekiwań własnych i społecznych co do cech pożądanых dla Ja**

Pytanie 3 dotyczyło związku cech wymienionych przez osoby badane jako pożądanых dla Ja z oczekiwaniami własnymi i oczekiwaniami „innych ludzi“. Ten typ pytania prowokuje do odpowiedzi dotyczących oczekiwań szerszego, czy węższego kręgu ludzi – otoczenia, stanowionego przez ludzi, których oczekiwania są poznawczo dostępne (bezpośrednio lub pośrednio – przez *mass media* czy wzory zachowań spotykany w różnych kontekstach społecznych). Innymi słowy, „oczekiwania społeczne“ w stosunku do dorosłych ludzi wyznaczają różny stopień nacisku, któremu można się oprzeć lub który można respektować. Gotowość do respektowania oczekiwań społecznych jest oczywiście u dorosłych niższa niż w okresie adolescencji.

Tytuł tej części dyskusji nawiązuje do rezultatów uzyskanych przy pomocy techniki „Moje cechy pożądanых“, która zawierała prośbę o ocenę stopnia oczekiwań własnych i społecznych po uprzednim swobodnym wygenerowaniu

cech, które chciałoby się posiadać. Słowem, w czasie generowania cech oczekiwania społeczne nie były przywoływane, należało skupić się nad samym sobą. Dopiero po tym zadaniu osoba badana była prowokowana do namysłu nad oczekiwaniami. Operacja ta dała odmienne rezultaty w badanej próbie kobiet i mężczyzn.

Dane dotyczące aspiracji kobiet, co do własnych cech osobowych, wskazują na powiązania ich własnych konkretnych standardów Ja z oczekiwaniami innych ludzi – a świadczy o tym nie ich spójność, lecz rozmiękanie się. Im bardziej męska cecha (w ocenie sędziów kompetentnych), tym bardziej JA CHCĘ i tym bardziej (moim zdaniem) INNI NIE CHCĄ. Uzyskane korelacje nie są zbyt wysokie, ale ich wzór wskazuje na ich znaczenie.

Analizowane w ten sam sposób dane przyniosły inne rezultaty w grupie badanych mężczyzn. Zarówno brak różnic w natężeniach wiązanych z Ja cech kobiecych vs cech męskich (dane dotyczące pytania 2), jak i brak wyraźnych korelacji pomiędzy rodzajem cech (kobiece vs męskie), a oczekiwaniami własnymi, sugerują, że źródła aspiracji co do Ja nie mają wyraźnego związku z wymiarem kobiecość – męskość.

Stwierdzone fakty (dane uzyskane w zaaranżowanych warunkach badań) sugerują, że aspiracje kobiet mają związek z dynamiką oczekiwań społecznych, a aspiracje mężczyzn nie są przez nie determinowane. Dane zdają się wspierać zarazem przypuszczenie, że kobiety podlegają przemianom tożsamościowym, a mężczyźni osiągnęli pewien stopień tożsamościowej stabilizacji – przejawiającej się pewnym stopniem asymilacji niektórych cech kobiecych jako pożądaných dla Ja.

#### **13.4. Status i perspektywy dalszych badań**

Niniejsza praca jest związana ze zmianami psycho-społecznymi zachodzącymi bez względu na istnienie specyficznego biologicznego różnicowania ludzi. Pytaniem jakie się może pojawić w przyszłości jest rola zmian tożsamościowych, na które niniejsze studium nie daje odpowiedzi, bo dotyczyło tylko kategorii społecznych.

Próba odpowiedzi na pytanie jaka jest rola zachowań jednostki i na przykład stopnia identyfikacji z własną płcią na wyniki związane z postrzeganiem kategoriami społecznymi jest dla badacza bardzo kusząca. Mogłoby się okazać, że otrzymany w niniejszej pracy wynik związany z respektowaniem oczekiwań zewnętrznych przez mężczyzn może mieć alternatywne wyjaśnienie - np. może się okazać, że mężczyźni wcale nie zastanawiają się nad źródłami oczekiwań, a

istnieje inna determinanta tego wyniku. Być może wzorce zależności otrzymane w niniejszej pracy byłyby wyraźniejsze wśród osób, które czują większą przynależność do schematu własnej płci, niż osoby o mniejszej identyfikacji. W celu weryfikacji powyższych rozważań należałoby zastosować techniki i narzędzia odpowiednie do uchwycenia zmian tożsamościowych.

## LITERATURA CYTOWANA

- Abele, A. E. (2003). The dynamics of masculine-agentive and feminine-communal traits: Findings from a prospective study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 768 - 776.
- Abele, A. E., Wojciszke, B. (2007). Agency and communion from the perspective of self versus others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 751 - 763.
- Bajkowski, T. (2010). *Kobiecość i męskość w percepcji młodzieży akademickiej*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak.
- Bakan, D. (1966). *The duality of human existence*. Reading, PA: Addison-Wesley.
- Baldwin, M. W., Holmes, J. G. (1987). Salient private audiences and awareness of the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52 (6), 1087-1098.
- Bandura, A. (1977/2007). *Teoria społecznego uczenia się*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bar-Tal, Y. Jarymowicz, M. (2010). The Effect of Gender on Cognitive Structuring: Who are More Biased, Men or Women?. *Psychology*, 1, 80-87.
- Baumeister, R. F., Sommer, K.L. (1997). What do men want? Gender differences and two spheres of belongingness: Comment on Cross and Madson (1997). *Psychological Bulletin*, 122, 38-44.
- Bąk, W. (2002). E.T. Higginsa teoria rozbieżności ja. *Przegląd Psychologiczny*, 45, 1, 39-55.
- Bąk, W. (2005). Emocjonalne korelaty rozbieżności JA – badania inspirowane teorią E. T. Higginsa. *Psychologia. Edukacja i Społeczeństwo*, 2, 27-39.
- Beck, U. (2002). *Społeczeństwo ryzyka*. Warszawa: Wydawnictwo naukowe „Scholar”.
- Bem, S.L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 155 – 162.
- Bem, S.L (1975). Sex – role adaptability: One consequences of psychological androgyny. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 327 – 332.
- Bem, S.L. (1981). *Bem Sex Roles Inventory professional manual*. Palo Alto, California: Consulting Psychologists Press.
- Bem, S.L. (2000). *Męskość Kobiecość. O różnicach wynikających z płci*. Gdańsk: GWP.

- Bem, S. L., Andersen, S. M. (1981). Sex typing and androgyny in dyadic interaction: Individual differences in responsiveness to physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 74.
- Bem, S.L., Martyna, W., Watson, C. (1976). Sex typing and androgyny: Further explorations of the expressive domain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 1016 – 1023.
- Best, D. L., Williams, J. E. (1998). Masculinity and femininity in the self and ideal self descriptors of university student in fourteen countries. W G. Hofstede (red.), *Masculinity and femininity: The taboo dimension of national cultures* (s. 106 – 116). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Biernat, M., Manis, M. (2007). Stereotypes and shifting standards: Assimilation and contrast in social judgments. W D. A. Stapel, J. Suls (red.), *Assimilation and contrast in social psychology* (s. 75 - 97). New York: Psychology Press.
- Billig, M., Tajfel, H. (1973). Social categorization and similarity in inter-group behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 3, 27 - 52.
- Błaszczak, A. (2010). Współzależność schematu JA. Różnice płciowe, konsekwencje. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Boski, P. (1999). Męskość – Kobiecość jako wymiar kultury. Przegląd koncepcji i badań W J. Miluska, P. Boski (red.), *Męskość – Kobiecość w perspektywie indywidualnej i kulturowej*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Boski, P. (2009). *Kulturowe ramy zachowań społecznych. Podręcznik psychologii międzykulturowej*. Warszawa: PWN.
- Bradley, H. (2008). *Płeć*. Warszawa, Wydawnictwo Sic!s.
- Brannon, L. (2002). *Psychologia rodzaju*. Gdańsk: GWP.
- Brewer, M. B., Silver, M. (1978). In-group bias as a function of task characteristics. *European Journal of Social Psychology*, 8, 393 - 400.
- Brewer, M. B., Lui, L.L.(1989). The primacy of age and sex in the structure of person categories. *Social Cognition*, 7, 262 – 274.
- Broverman, I. K, Vogel, S. R., Broverman, D. M., Clarkson, F. E, Rosenkrantz, P. S. (1972). Sex-Role Stereotypes: A Current Appraisal. *Journal of Social Issues*, 28(2), 59 - 78.
- Buss, D. M. (1996). *Ewolucja pożądania*. Gdańsk: GWP.
- Buss, D. M., Abbott, M., Angleitner, A., Biaggio, A., Blanco – Villasener, A., Bruchon-Schweitzer, M., oraz 45 innych autorów (1990). International preferences in selecting mates: A study of 37 cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21, 5 – 47.

- Campbell, D.F. (1966). *Revised manual for Strong Vocational Interest Blank*. Stanford: Stanford University Press.
- Cantor, N., Mischel, W. (1986). Prototypy w postrzeganiu osób W T. Maruszewski (red.), *Poznanie i zachowanie. Rozważania z pogranicza psychologii społecznej, ogólnej i osobowości*. Poznań: Wydawnictwo UAM.
- Choi, N., Fuqua, D. R. (2003). The structure of the Bem Sex Role Inventory: A summary report of 23 validation studies. *Educational and Psychological Measurement*, 63, 872–887.
- Chen, M., Bargh, J. A. (1997/1998). Nieświadome potwierdzanie zachowaniem automatycznie aktywizowanych stereotypów. *Czasopismo Psychologiczne*, 2, 89-104.
- Chrisler, J. C., McCreary, D. R. (2010). *Handbook of Gender Research in Psychology*. New York: Springer.
- Chrzanowska, A. (2009). *Osobiste standardy wartościowania a przejawy postaw wobec Swoich i Obcych w próbie wolontariuszy hospicyjnych i kontrolnej*. Niepublikowana praca magisterska. Warszawa: Wydział Psychologii UW.
- Ciechanowicz, A. (red.), (1990). *Kulturowa adaptacja testów*. Warszawa: Wydawnictwo Polskiego Towarzystwa Psychologicznego.
- Cohen, J., Cohen, P., Aiken, L. S., West, S. G. (2002). *Applied multiple regression - correlation analysis for the behavioral sciences*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Condry, J. C. (1984). Gender Identity and Social Competence. *Sex Roles*, 11, 485-511.
- Constantinople, A. (1973). Masculinity – femininity: An exception to a famous dictum? *Psychological Bulletin*, 80, 389 – 407.
- Conway, M., Pizzamiglio, M. T., Mount, L. (1996). Status, communality, and agency: Implications for stereotypes of gender and other groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 25–38.
- Cooley, C. H. (1902/1966). *Social Process*. New York: Free Press.
- Cuddy, A., Fiske, S., Glick, P. (2008). Warmth and competence as universal dimensions of social perception: The stereotype content model and the BIAS Map. *Advances in Experimental Social Psychology*, 40, 61 - 149.
- Deaux, K., Lewis, L.L. (1983). Assessment of gender stereotypes: Methodology and components. *Psychological Documents*, 13, 25.
- Deaux, K., Kite, M. (2002). Stereotypy płci W B.Wojciszke (red.), *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenia na różnice*. Gdańsk: GWP.



- Deaux, K., Kite, M., Lewis, L. L. (1985). Clustering and gender schemata: An uncertain link. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 387 – 397.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5–18.
- Dewey, J. (1922). *Human Nature and Conduct. Introduction to Social Psychology*. New York: Modern Library.
- Dewey, J. (1957). *Reconstruction in Philosophy*. Boston: Beacon Press.
- Diekmann, A. B., Eagly, A. H. (2000). Stereotypes as dynamic constructs: Women and men of the past, the present and the future. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 112, 106 - 124.
- Dobrenko, K. (2010). *Uwarunkowania wglądów podmiotu w znaczenie nieświadomie przetwarzanych informacji słownych*. Niepublikowana praca doktorska. Warszawa: Wydział Psychologii UW.
- Dorfman, P. W., Howell, J. P (1988). Dimensions of National Culture and Effective Leadership Patterns: Hofstede revisited. *Advances in International Comparative Management*, 3, 127-150.
- Dovidio, J. F., Fazio, R. H. (1991). New technologies for the direct and indirect assessment of attitudes. W J. Tanur (red.), *Questions about survey questions: Meaning, memory, attitudes, and social interaction*. New York: Russel Sage Foundation.
- Dovidio, J. F., Gaertner, S. L. (1993). Stereotypes and evaluative ingroup bias. W D. M. Mackie, D. L. Hamilton (red.), *Affect, cognition and stereotyping*. (s. 167 - 193). San Diego: Academic Press.
- Dovidio, J. F., Evans, N., Tyler, R. B. (1986). Racial stereotypes: The contents of their cognitive representations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 22–37.
- Drewnik, W. (2008). *Czy płeć bohatera reklamy w reklamie proszku do prania ma znaczenie? Pytanie o stereotypy płci w kontekście wizerunku kobiet i mężczyzn w reklamach*. Niepublikowana praca roczna empiryczna. Warszawa: Wydział Psychologii UW.
- Dubois, N., Beauvois, J. L. (2005). Normativeness and individualism. *European Journal of Social Psychology*, 35, 123-146.
- Duch-Krzysztożek, D. (1989). *Małżeństwo, seks, prokreacja. Analiza socjologiczna*. Warszawa: Wydawnictwo IFiZ PAN.
- Durkheim, E. (1999). *O podziale pracy społecznej*. Warszawa: PWN.
- Durkheim, E. (1968). *Zasady metody socjologicznej*. Warszawa: PWN.

- Eagly, A. H. (1987). Are stereotypes of nationalities applied to both women and men? *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 451 - 462.
- Eagly, A. H., Wood, W. (1982). Inferred sex differences in status as a determinant of gender stereotypes about social influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 915 - 928.
- Eagly, A. H., Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109, 573 - 598.
- Etkoff, N. (2000). *Survival of the Prettiest*. New York: Anchor.
- Fiske, S.T. (1993). Controlling other people: The impact of power on stereotyping. *American Psychologist*, 48, 621 - 628.
- Fiske, S.T., Neuberg, S. L. (1989). A continuum model of impression formation: From category-based to individuating processes as a function of information, motivation, and attention. W M. P. Zanna (red.), *Advances in experimental psychology*, t.23 (s. 1 - 108). San Diego: Academic Press.
- Fiske, S. T., Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*. New York: Mc Graw-Hill.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J., Glick, P. (1999). (Dis)respecting versus (dis)liking: status and interdependence predict ambivalent stereotypes of competence and warmth. *Journal of Social Issues*, 55, 473 - 491.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878 - 902.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J., Glick, P. (2007). Universal dimensions of social cognition: Warmth and competence. *Trends in Cognitive Science*, 11, 77 - 83.
- Frable, D.E., Bem, S.L. (1985). If you are gender-schematic, all members of the opposite sex look alike. *Journal of Personality and Social Psychology* 49, 459–568.
- Frąckowiak-Sochańska, M. (2010). Aksjologiczny wymiar tożsamości polskich kobiet - obszary ciągłości i zmiany. W M. Frąckowiak-Sochańska, M. Królikowska (red.), *Kobiety w polskiej transformacji 1989 - 2009. Podsumowania, interpretacje, prognozy*. (s. 347 - 377). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Fuszara, M. (1997). *O stylach życia Polaków*. Warszawa: CBOS.
- Fuszara, M. (2002) (red.), *Kobiety w Polsce na przełomie wieków*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.

- Gaertner, S. L., McLaughlin, J. P. (1983). Racial stereotypes: Associations and ascriptions of positive and negative characteristics. *Social Psychology Quarterly*, 46, 23–30.
- Gilbert, D. T., Hixon, J. G. (1991). The trouble of thinking: activation and application of stereotypic beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 509–517.
- Gilmore, D. D. (1990). *Manhood in the making: Cultural concepts of masculinity*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Glick, P., Lameiras, M., Fiske, S. T., Eckes, T., Masser, B., Volpato, C i in. (2004). Bad but bold: Ambivalent attitudes toward men predict gender inequality in 16 nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 713 - 728.
- Gough, H.G., Heilbrun, A.B., Jr. (1980). *The Adjective Check List manual*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Goodwine, S.A., Gubin, A., Fiske, S. T., Yzerbyt, V. Y. (2000). Power can bias impression processes: Stereotyping subordinates by default and by design. *Group Processes and Intergroup Relations*, 3, 227 - 256.
- Greenwald, A. G. (1986). Samowiedza i samooszukiwanie. *Przegląd Psychologiczny*, 2, 291 - 303.
- Greenwald, A. G., Pratkanis, A. R. (1984/1988). Ja jako centralny schemat postaw. *Nowiny Psychologiczne*, 2, 20 - 70.
- Greenwald, A. G., Banaji, M. R. (1995). Utajone poznanie społeczne: postawy, wartościowanie siebie i stereotypy. *Przegląd Psychologiczny*, 1-2, 11 - 63.
- Greenwald, A. G., Klinger, M. R., Lui, T. T. (1989). Unconscious processing dichoptically masked words. *Memory and Cognition*, 17, 35 - 47.
- Guimond, S., Chatard, A., Martinot, D., Crisp, R.Redersdorff, S. (2006). Social comparison, self-stereotyping, and gender differences in self-construal. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 221–242.
- GUS. (2009). *Uczestnictwo Polaków w sporcie i rekreacji ruchowej w 2008 R*. Warszawa: GUS.
- GUS. (2011). *Polska w liczbach 2011*. Warszawa: GUS.
- Hamilton, D. L., Troler, T. K. (1986). Stereotypes and stereotyping: An overview of the cognitive approach. W J.F. Dovidio, S.L. Gaertner (red.), *Prejudice, discrimination, and racism* (s. 127 - 163). Orlando: Academic Press.
- Hamilton, D. L., Sherman, J. W. (1994). Stereotypes. W R. S. Wyer, T.K. Srull (red.), *Handbook of social cognition*, t.2 (s. 1 - 68). Hillsdale: Erlbaum.

- Hammond, W. P., Mattis, J. S. (2005). Being a man about it: Manhood meaning among African American men. *Psychology of Men & Masculinity*, 6, 114 – 126.
- Hansen-Shaevitz, M. (1984). *The superwoman syndrome*. New York: Warner Books.
- Haslam, N., Rothschild, L., Ernst, D. (2000). Essentialist beliefs about social categories . *British Journal of Social Psychology* , 39 , 113-127.
- Helgeson, V.S. (1993). Implications of agency and communion for patient and spouse adjustment to a first coronary event. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 807 - 816.
- Helgeson, V. S. (1994). Relation of agency and communion to well-being: Evidence and potential explanations. *Psychological Bulletin*, 116, 412 - 428.
- Helgeson, V.S. (2003). Gender related traits and health. W J. M. Suls, K. A. Watson (red.), *Social psychological foundations of health and illness* (s. 367 - 394). Oxford: Blackwell Publishing.
- Helmreich, R. L., Spence, J. T., Gibson, R. H. (1982). Sex-role attitudes: 1972 - 1980. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 656 - 663.
- Herdt, G. (red.), (1994). *Third sex, third gender: Beyond sexual dimorphism in culture and history*. New York: Zone Books.
- Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review*, 94, 319 - 340.
- Higgins E. T., Tykocinski O. (1992). Self – discrepancies and biographical memory: personality and cognition at the level of psychological situation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 527-535.
- Higgins E. T., Shah J., Friedman R. (1997). Emotional responses to goal attainment: strength of regulatory focus as moderator. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 2, 515-525.
- Higgins E. T., Roney C. J., Crowe E., Hymes C. (1994). Ideal versus ought predilections for approach and avoidance: Distinct self-regulatory systems. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 2, 276-286.
- Hoffman, R. M., Borders, L. D. (2001). Twenty-five years after the Bem Sex-Role Inventory: A reassessment and new issues regarding classification variability. *Measurement in Counseling and Development*, 34, 39 – 55.
- Hofstede, G.(1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills: Sage.
- Hofstede, G. (2000). *Kultury i organizacje*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

- Holt, C. L., Ellis, J. B. (1998). Assessing the Current Validity of the Bem Sex-Role Inventory. *Sex Roles*, 39, 929 - 941.
- Holyoak, K. J., Gordon, P. C. (1983). Social reference points. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5, 881 - 887.
- Jarymowicz, M. (1994). O związkach stereotypów z uprzedzeniami i nieświadomych źródłach niechęci bądź przychylności obcym. *Przegląd Psychologiczny*, 37, 433 - 464.
- Jarymowicz, M. (2000). Psychologia tożsamości. W J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki* (s. 107 - 125). Gdańsk: GWP.
- Jarymowicz, M. (2001). W poszukiwaniu przesłanek sztywności stereotypów. W M. Kofta, A. Jasińska-Kania (red.), *Stereotypy i uprzedzenia - uwarunkowania psychologiczne i kulturowe* (s. 26 - 43). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
- Jarymowicz, M. (2002). W stronę indywidualnej podmiotowości i zbliżeń z innymi: podmiotowe postawy społecznych identyfikacji. W M. Jarymowicz (red.), *Poza egocentryczną perspektywą widzenia siebie i świata*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Jarymowicz, M. (2003). O różnicach płciowych w przetwarzaniu informacji w warunkach wzbudzenia afektu. *Czasopismo Psychologiczne*, 9, 231 - 242.
- Jarymowicz, M. (2006). *O przejawach faworyzowania swoich względem obcych i rzekomej nieuchronności zjawiska*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Jarymowicz, M. (2008). W poszukiwaniu ukrytej tożsamości. *Charaktery*, 4/08, 18 - 21.
- Jarymowicz, M. (2009). Racje serca i racje rozumu - w poszukiwaniu sensu idei powszechnie znanej. W J. Koźmielecki (red.), *Nowe idee w psychologii*. Gdańsk: GWP.
- Johnston, L., Hewstone, M. (1990). Intergroup contact: Social identity and social cognition. W D. Abrams, M.A. Hogg (red.), *Social identity theory. Constructive and critical advances*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- Jones, M. (2007). *Hofstede – Culturally questionable?* Oxford Business & Economics Conference. Oxford, UK.
- Jost, J.T., Pelham, B.W., Carvallo, M.R. (2002). Non-conscious forms of system justification: Implicit and behavioral preferences for higher status groups. *Journal of Experimental and Social Psychology*, 38, 586–602.
- Judd, C. M., James-Hawkins, L. J., Yzerbyt, V, Kashima, Y. (2005). Fundamental dimensions of social judgment: Understanding the relations between

- judgments of competence and warmth. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 899 - 913.
- Jung, C. G. (1992). *O naturze kobiety*. Poznań: Wydawnictwo „Brama”.
- Kalin, R., Tilby, P. (1978). Development and validation of a sex-role ideology scale. *Psychological Reports*, 42, 731 – 738.
- Kamińska - Feldman, M. (1997). Czy błąd asymetrii w ocenianiu dystansu ja-inni jest przejawem utajonego wpływu stereotypów? *Studia Psychologiczne*, 35, 97 - 116.
- Kamińska – Feldman, M. (2002). Wokół problemu dehumanizacji innych: próba uchwycenia zjawiska stygmatyzacji. W M. Jarymowicz (red.), *Poza egocentryczną perspektywę widzenia siebie i świata*. Wydawnictwo IP PAN.
- Kawakami, K., Dovidio, J. F. (2001). The reliability of implicit stereotyping. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 212–225.
- Kimura, D. (1992). Sex differences in the brain. *Scientific American*, 9, 119-125.
- Kite, M. E. (2001). Changing times, changing gender roles: Who do we want women and men to be? W R. Unger (red.), *Handbook of the psychology of women and gender* (s. 215–227). New York: Wiley.
- Konrad, A. M., Harris, C. (2002). Desirability of the Bem Sex-Role Inventory items for women and men: A comparison between African Americans and European Americans. *Sex Roles*, 47, 259 – 271.
- Kuczyńska, A. (1992). *Inwentarz do oceny płci psychologicznej*. Podręcznik do testu. Warszawa: Pracownia Testów Psychologicznych Polskiego Towarzystwa Psychologicznego.
- Kurcz, I. (1994). *Zmienność i nieuchronność stereotypów*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Kurzban, R., Tooby, J., Cosmides, L. (2001). Can race be erased? Coalitional computation and social categorization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 98, 15387-15392.
- Kwiatkowska, A. (1999). Siła tradycji i pokusa zmiany, czyli o stereotypach płciowych. W J. Miluska, P. Boski, P. (red.), *Męskość – Kobiecość. W perspektywie indywidualnej i kulturowej*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Kwiatkowska, A. (2002). O funkcjach podziału na swoich i obcych: tożsamościowe uwarunkowania społecznych kategoryzacji. W M. Jarymowicz (red.), *Poza egocentryczną perspektywę widzenia siebie i świata*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Langlois, J.H., Kalakanis, L., Rubenstein, A.J., Larson, A., Hallam, M., Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical

- review. *Psychological Bulletin*, 126, 390–423.
- Larsen, R. J., Seidman, E. (1986). Gender schema theory and sex-role inventories: Some conceptual and psychometric considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 205-211.
- Lemm, K.M., Dabady, M., Banaji, M.R. (2005). Gender Picture Priming: It Works with Denotative and Connotative Primes. *Social Cognition* 23, 218-241.
- Levant, R. F., Richmond, K., Majors, R. G., Inclan, J. E., Rossello, J. M., Heesacker, M (2003). A multicultural investigation of masculinity ideology and alexithymia. *Psychology of Men & Masculinity*, 4, 91 – 99.
- Lewicka, M. (1993). *Aktor czy obserwator*. Warszawa: Polskie Towarzystwo Psychologiczne.
- Lewin, M (red.), (1984). *In the shadow of the past: Psychology portrays the sexes*. New York: Columbia University Press.
- Lippa, R. (1983). Sex-typing and the perception of body outlines. *Journal of Personality*, 51, 661-683.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Harcourt: Brace.
- Lorenzi-Cioldi, F., Doise, W. (1990). Levels of analysis and social identity. W D. Abrams, M.A. Hogg (red.),. *Social Identity Theory. Constructive and Critical Advances*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- Lorenzo-Seva, U., & ten Berge, J. M. F. (2006). Tucker's congruence coefficient as a meaningful index of factor similarity. *Methodology*, 2, 57–64.
- Lubinski, D., Tellegen, A., Butcher, J. N. (1983). Masculinity, femininity, and androgyny viewed and assessed as distinct concepts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(2), 428-439.
- Łaciak, B. (2002). Aspiracje i plany na przyszłość młodych kobiet W M. Fuszara (red.),. *Kobiety w Polsce na przełomie wieków*. Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.
- Maccoby, E.E. (1988). Gender as a social category. *Developmental Psychology*, 24, 755 – 765.
- Macrae, C. N., Bodenhausen, G. V. (2000). Thinking categorically about others. *Annual Review of Psychology*, 69, 397 - 407.
- Maliszewski, N. (2005). *Regulacyjna rola utajonej postawy*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Mandal, E. (2000). *Podmiotowe i interpersonalne konsekwencje stereotypów związanych z płcią*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Mandal, E. (2008). *Miłość, władza i manipulacja w bliskich związkach*. Warszawa: PWN.

- Markus, H. (1977). Self-schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 63 - 78.
- Marcus, H. R., Kitayama, S. (1991). Culture and the Self. Implications for Cognition, Emotion, and Motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224 - 253.
- Matthews, A., Lynn, S. (2008). Subclinical bulimia vs. depression in an interpersonal context. *Eating Behaviors*, 9(4), 509-512.
- Mead, G. H. (1934/1975). *Umysł, osobowość i społeczeństwo*. Warszawa: PWN.
- Michalczywska, M. (2007). *MY – mężczyźni a ONE – kobiety: przejawy postaw jawnych i utajonych*. Niepublikowana praca magisterska. Warszawa: Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej.
- Mihalik, J. R., Morray, E. B., Coonerty-Femiano, A., Ludlow, L. H., Slaterry, S. M., Smiler, A. (2005). Development of the conformity to feminine norms inventory. *Sex Roles*, 52, 417 – 435.
- Mills, C. J., Tyrrell, D. J. (1983). SexStereotypic Encoding and Release from Proactive Interference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 772-781.
- Miluska, J. (2011). Paradoxy pozycji społecznej kobiet. W K. Slana, B. Kowalska, M. Ślusarczyk (red.). *Kalejdoskop genderowy*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Miluska, J., Boski, P. (red.)(1999). *Męskość – Kobiecość. W perspektywie indywidualnej i kulturowej*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Miluska, J., Boski, P. (1999). Męskość - Kobiecość: zarys i poziomy analizy problematyki. W J. Miluska, P. Boski (red.). *Męskość – Kobiecość. W perspektywie indywidualnej i kulturowej*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Miluska, J., Boski, P. (1999). Męskość - Kobiecość: zarys i poziomy analizy problematyki. W J. Miluska, P. Boski (red.). *Męskość – Kobiecość. W perspektywie indywidualnej i kulturowej*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Młynarczyk, M. (2006). Ja idealne vs Ja powinnościowe. Analiza emocjonalnych konsekwencji rozbieżności w systemie "JA" na podstawie teorii autoregulacji E. T. Higginsa. *Studia z psychologii w KUL*, 13, 189-206.
- Moretti, M. M., Higgins, E. T. (1999). Internal Representations of Others in Self-Regulation: A New Look at a Classic Issue. *Social Cognition*, 17, 186-208.
- Murphy, S. T., Zajonc, R. B. (1993/1994). Afekt, poznanie i świadomość: rola afektywnych bodźców poprzedzających przy optymalnych i suboptymalnych ekspozycjach. *Przegląd Psychologiczny*, 37, 261 - 299.
- Nosek, B., Banaji, M. B. (2002). The go/no-go association task. *Social Cognition*,



- Nowak, S. (1985). *Metodologia badań społecznych*. Warszawa: PWN.
- O'Connor, B. P. (2000). SPSS and SAS programs for determining the number of components using parallel analysis and Velicer's MAP test. *Behavior Research Methods, Instrumentation, and Computers*, 32, 396-402.
- O'Neil, J. M. (2008). Summarizing 25 years of research of men's gender role conflict using the gender role conflict scale: New research paradigms and clinical implications. *Counseling Psychologist*, 36, 133 – 138.
- Oakes, P. J., Turner, J. C. (1990). Is limited information processing capacity the cause of social stereotyping?, W W. Stroebe, M., Hewstone (red.),, *European Review of Social Psychology*. t.1. Chichester: Wiley.
- Ohme, R. K., Pochwatko, G., Błaszczak, W. (1999). Paradygmat afektywnego poprzedzania: w poszukiwaniu nowej procedury badawczej. W R. K. Ohme i M. Jarymowicz (red.),. *Utajony wpływ afektu na procesy poznawcze: wybrane metody badań. Studia Psychologiczne - numer specjalny*, 37,1, 7 - 28.
- Ojeda, L., Rosales, R., Good, G. E. (2008). Socioeconomic status and cultural predictors of male role attitudes among Mexican American men: Son mas machos? *Psychology of Men & Masculinity*, 9, 133 – 138.
- Oppermann, K., Weber, E. (2000). *Język kobiet, język mężczyzn. Jak porozumieć się w pracy*. Gdańsk: GWP.
- Orellana-Damacela, L.E., Tindale, T.S., Suarez-Balcazar, Y. (2000). Decisional and behavioral procrastination: How they relate to self-discrepancies. *Journal of Social Behavior and Personality*, 15, 225–238.
- Pasternak, B. (2005). *Wzbudzanie identyfikacji płciowej mężczyzn a przejawy ich ustosunkowań wobec kobiet*. Niepublikowana praca magisterska. Warszawa: Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej.
- Piber - Dąbrowska, K. (2001). O związkach między refleksyjnym i automatycznym przetwarzaniem informacji dotyczących kategorii społecznej. W M. Jarymowicz (red.),, *Pomiędzy afektem a intelektem: Poszukiwania empiryczne*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Price, W. F., Crapo, R. H. (2003). *Psychologia w badaniach międzykulturowych*. Gdańsk: GWP.
- Reeder, G. D. (1985). Implicit relations between dispositions and behaviors: Effects on dispositional attribution. W J. H. Harvey, G. Weary (red.),. *Attribution: Basic issues and applications*. New York: Academic Press.

- Renzetti, C. M., Curran, D. J. (2005). *Kobiety, mężczyźni, społeczeństwo*. Warszawa: PWN.
- Reykowski, J. (1985). Standardy ewaluatywne. Geneza, zasady funkcjonowania, rozwój (zarys modelu teoretycznego). W A. Gołąb, J. Reykowski (red.), *Studia nad rozwojem standardów ewaluatywnych* (s. 12 - 49). Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., Wrightsman, L. S. (red.), (1991). *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*. San Diego: Academic Press.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Rosenkrantz, P., Vogel, S., Bee, H., Broverman, I., Broverman, D. M. (1968). Sex-role stereotypes and Self-concepts in college students. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 32(3), 287 - 295.
- Rubin, H. (1997). *The Princessa. Machiavelli for Women*. New York: Dell Books.
- Rudman, L.A. (2004). Sources of implicit attitudes. *Current Directions in Psychological Science*, 13, 79–82.
- Rudman, L. A., Goodwin, S. A. (2004). Gender differences in automatic ingroup bias: Why do women like women more than men like men? *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 494 - 509.
- Rudman, L.A., Feinberg, J.M., Fairchild, K. (2002). Minority members' implicit attitudes: Ingroup bias as a function of group status. *Social Cognition*, 20, 294–320.
- Ruble, T.L. (1983) Sex stereotypes: issues of change in the 1970s. *Sex Roles*, 9, 397 – 402.
- Runge, T. E., Frey, D., Gollwitzer, P. M., Helmreich, R. L., Spence, J. T. (1981). Masculine (instrumental) and feminine (expressive) traits. A comparison between student sin the United States and Western Germany. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 12, 142 - 162.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content of values: Theoretical advances in empirical test in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
- Schwartz, S. H. (1994). Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values, W U. Kim, H. C. Triandis, C. Kagitcibasi, Snag-Chin. Choi, G. Yoon (red.), *Individualism and collectivism*. Thousand Oaks: Sage.
- Schwartz, S. H. (1999). A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work. *Applied Psychology* 48, 23-47.
- Schwartz, S. H. (2004a). Mapping and interpreting cultural differences around the world. W H. Vinken, J. Soeters, P. Ester (red.), *Comparing cultures*.

*Dimensions of culture in a comparative perspective* (s. 43 – 73). Leiden: Brill.

Schwartz, S. H. (2004b). Mapping and interpreting cultural differences around the world W H. Vinken, J. Soeters, P. Ester (red.), *Comparing cultures*.

Schwartz, S. H., Lehmann, A., Roccas, S. (1999). Multimethod probes of basic human values. W J. Adamopoulos, Y. Kashima (red.), *Social psychology and cultural context* (s. 107 – 123). Thousand Oaks: Sage.

Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M. (2001). Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 32, 519-542.

Siemieńska, R. (red.), (2005). *Płeć, wybory, władza*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.

Sikorski, C. (1995). *Profesjonalizm. Filozofia zarządzania nowoczesnym przedsiębiorstwem*. Warszawa: PWN.

Simon, R. J., Landis, J. M. (1989). Women's and men's attitudes about a woman place and role. *Public Opinion Quarterly*, 53, 265 - 276.

Singh, D. (1995). Female judgement of male attractiveness and desirability for relations: Role of waist-to-hip ratio and financial status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1089 - 1101.

Smiler, A. P. (2004). Thirty years after gender: Concepts and measures of masculinity. *Sex Roles*, 50, 15 – 26.

Smiler, A. P., Epstein, M. (2010). Measuring Gender: Options and Issues W J. C. Chrisler, D. R. McCreary (red.), *Handbook of Gender Research in Psychology* (s. 133 – 158). New York: Springer.

Spence, J.T. (1991). Do the BSRI and PAQ measure the same or different concepts? *Psychology of Women Quarterly*, 15, 141-166.

Spence, J.T., Helmreich, R.L. (1978). *Masculinity and femininity: Their psychological dimensions, correlates, and antecedents*. Austin, TX: University of Texas Press.

Spence, J.T., Sawin, L.L. (1985). Images of masculinity and femininity: A reconceptualization. W V.E. O'Leary, R. K. Unger, B. S. Wallston (red.), *Woman, gender and social psychology*. Hillsdale, New York

Spence, J.T., Hahn, E. D. (1997). The attitudes toward women scale and attitude change in college students. *Psychology of Women Quarterly*, 21, 17 – 34.

- Spence, J.T., Buckner, C. E. (2000). Instrumental and expressive traits, trait stereotypes, and sexist attitudes: What do they signify? *Psychology of Women Quarterly*, 24, 44 – 62.
- Spence, J.T., Helmreich, R.L., Stapp, J. (1974). The Personal Attributes Questionnaire: A measure of sex – role stereotypes and masculinity – femininity. *Journal Supplement Abstract Service: Catalog of Selected Documents in Psychology*, 4, 43 – 44.
- Spence, J.T., Helmreich, R.L. (1975). Ratings of self and peers on sex-role attributes and their relation to self-esteem and conceptions of masculinity and femininity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 29 – 39.
- Stangor, C, Lange, J. E. (1994). Mental representations of social groups: Advances in understanding stereotypes and stereotyping. W M.P. Zanna (red.), *Advances in experimental psychology*, t.26 (357 - 416). New York: Academic Press.
- Stangor, C, Schaller, M. (1996). Stereotypes as individual and collective representations. W C. N. Macrae, H. Stangor, M. Hewstone (red.), *Stereotypes and stereotyping* (s. 3 - 40). New York: Guilford.
- Stormer, S. M., Thompson, J. K. (1996). Explanations of body image disturbance: A test of maturational status, negative verbal commentary, social comparison, and sociocultural hypotheses. *International Journal of Eating Disorders*, 19, 2, 193–202.
- Swaab, D. F., Gooren, L. J. G., Hofman, M. A. (1995). Brain research, gender, and sexual orientation. *Journal of Homosexuality*, 28, 283-301.
- Swim, J. K., Aikin, K. J., Hall, W. S., Hunter, B. A. (1995). Sexism and racism: Old-fashioned and modern prejudices. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 199 – 214.
- Szacki, J. (2006). *Historia myśli socjologicznej*. Warszawa: PWN.
- Szmajke, A. (2005). Wzorce atrakcyjności ciała kobiet i mężczyzn: Czy ewolucja skrzywdziła kobiety? *Kolokwia Psychologiczne*, 13, 145 - 167.
- Tajfel, H. (1970). Experiments in intergroup discrimination. *Scientific American*, 11, 96 - 102.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. London: Cambridge University Press.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1 - 39.

- Tchórz, A. (2005). *Niektóre sytuacyjne i dyspozycyjne przesłanki postaw mężczyzn wobec kobiet*. Niepublikowana praca magisterska. Warszawa: Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej.
- Terman, L. M., Miles, C. C. (1936). *Sex and personality: Studies in masculinity and femininity*. New York: Russell and Russell.
- Titkow, A. (1982). *Miejsce dziecka w świecie wartości*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Titkow, A. (2007). *Tożsamość polskich kobiet*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Triandis, H. C. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder, CO: Westview Press.
- Twenge, J. M. (1997). Changes in masculine and feminine traits over time: A meta-analysis. *Sex Roles*, 36, 305 – 325.
- Velicer, W. F. (1976). Determining the number of components from the matrix of partial correlations. *Psychometrika*, 41, 321-327.
- Velicer, W. F., Eaton, C. A., Fava, J. L. (2000). Construct explication through factor or component analysis: A review and evaluation of alternative procedures for determining the number of factors or components. W R. D. Goffin, E. Helmes (red.), *Problems and solutions in human assessment: Honoring Douglas N. Jackson at seventy* (s. 41-71). Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Williams, J.E., Best, D.L. (1982). *Measuring sex stereotypes: A thirty-nation study*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Williams, J.E., Best, D.L. (1990). *Sex and psyche: Gender and self viewed cross-culturally*. Newbury Park, CA: Sage.
- Winczo, M. (2002). Dwa kody - dwa światy? Czyli o tym co może wynikać z odmiennej genezy kodów: percepcyjno-wyobrażeniowego i słowno-twierdzeniowego. W M. Jarymowicz (red.), *Poza egocentryczną perspektywę widzenia siebie i świata*. Warszawa: Wydawnictwo IP PAN.
- Winiewski, M. H. (2010). *Ciepło i kompetencja jako struktura treści stereotypów: Modyfikacja i aplikacja modelu BIAS map*. Niepublikowana praca doktorska. Warszawa: Wydział Psychologii UW.
- Winiewski, M., Majcher, M., Drewnik, W. (2008). *Washing powder advertisement: the final curtain in gender equality*. XXIX International Congress of Psychology, 20-25.07.2008, Berlin, Niemcy.
- Witelson, S. F. (1991). Sex differences in neuroanatomical changes with aging. *New England Journal of Medicine*, 325, 211-212.

- Woike, B., Lavezzary, E., Barsky, J. (2001). The influence of implicit motives on memory processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17, 935-945.
- Wojciszke, B. (red.), (2002). *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenie na różnice*. Gdańsk: GWP.
- Wojciszke, B. (2005). Morality and competence in person and self perception. *European Review of Social Psychology*, 16, 155-188.
- Wojciszke, B. (2010). *Sprawczość i Wspólnotowość: podstawowe wymiary spostrzegania społecznego*. Gdańsk: GWP.
- Wojciszke, B., Szendlak, M.A. (2010). Skale do pomiaru orientacji sprawczej i wspólnotowej. *Psychologia Społeczna*, 1(13), 57 – 70.
- Wojciszke, B., Abele, A. E. (2008). The primacy of communion over agency and its reversals in evaluations. *European Journal of Social Psychology*, 38, 1139 - 1147.
- Woydyło, E. (2004). *Wyzdrowieć z uzależnienia*. Warszawa: Instytut Psychiatrii i Neurologii.
- Zajonc, R. B. (1980/1985). Uczucia a myślenie: nie trzeba się domyślać, by wiedzieć, co się woli. *Przegląd Psychologiczny*, 28, 27 - 72.

## **ZAŁĄCZNIKI**

**Załącznik 1. Lista 328 cech, które zostały wymienione przez 10 osób jako przymiotniki, które w najbardziej adekwatny sposób opisują mężczyzn oraz kobiety, w badaniu pilotażowym.**

1	Agresywny/a
2	Aksamitny/a
3	Ambitny/a
4	Arogancki/a
5	Atrakcyjny/a
6	Awanturniczy/a
7	Barczysty/a
8	Bezbronny/a
9	Bezczelny/a
10	Bezkompromisowy/a
11	Bezlitosny/a
12	Bezmyślny/a
13	Bezpośredni/a
14	Bezpruderyjny/a
15	Beztroski/a
16	Bitny/a
17	Błady/a
18	Blondyn/ka
19	Błyszczący/a
20	Bogaty/a
21	Bojaźliwy/a
22	Brutalny/a
23	Brzydki/a
24	Bystry/a
25	Chamski/a
26	Chciwy/a
27	Chłodny/a
28	Hojny/a
29	Chudy/a
30	Cichy/a
31	Ciepły/a
32	Cierpliwy/a
33	Ciężki/a
34	Cwany/a
35	Czarujący/a
36	Czuły/a
37	Czysty/a
38	Dający/a bezpieczeństwo
39	Delikatny/a
40	Despotyczny/a
41	Dobroduszny/a
42	Dobry/a
43	dobrze zbudowany/a
44	Dojrzały/a
45	Dominujący/a
46	Doświadczony/a
47	Dowcipny/a
48	Drobnny/a
49	Dumny/a
50	Duży/a
51	Dwulicowy/a
52	Dziecinny/a
53	Dzielny/a
54	Dziki/a
55	Egocentryczny/a
56	Egoistyczny/a
57	Ekstrawertywny/a



58	Elastyczny/a
59	Elegancki/a
60	Elokwentny/a
61	Emocjonalny/a
62	Empatyczny/a
63	Energiczny/a
64	fajtłapa
65	Fizyczny/a
66	Gadatliwy/a
67	Gibki/a
68	Gładki/a
69	Głośny/a
70	Głupi/a
71	Gniewny/a
72	Gospodarny/a
73	Gościenny/a
74	Groźny/a
75	Grubiański/a
76	Gruboskórny/a
77	Grzeczny/a
78	Gustowny/a
79	Gwałtowny/a
80	Hałaśliwy/a
81	Harmonijny/a
82	Histeryczny/a
83	Humorzysty/a
84	Impulsywny/a
85	Inteligentny/a
86	Interesujący/a
87	Introwertyk/czka
88	Intrygant/ka
89	Intuicyjny/a
90	Irracjonalny/a
91	Kanciasty/a
92	Kłótniwy/a
93	Kochający/a
94	Kokieteryjny/a
95	Koleżeński/a
96	Kompetentny/a
97	Komunikatywny/a
98	Konkretny/a
99	Konsekwentny/a
100	Krągły/a
101	Kreatywny/a
102	Kruchy/a
103	Krwiożerczy/a
104	Kształtny/a
105	Kulturalny/a
106	Lekki/a
107	Leniwy/a
108	Ładny/a
109	Łagodny/a
110	Łatwowierny/a
111	Maksymalista/ka
112	Małomówny/a
113	Mały/a
114	Masywny/a
115	Mądry/a
116	Męski/a
117	Miękki/a
118	Miły/a
119	Minimalista/ka
120	Młody/a

121	Mocny/a
122	Modny/a
123	Muskularny/a
124	Myślący/a
125	Naiwny/a
126	Namiętny/a
127	Narcystyczny/a
128	Naturalny/a
129	Nerwowy/a
130	Niecierpliwy/a
131	Nieczuły/a
132	Niedostępny/a
133	Niedowartościowany/a
134	Nieobliczalny/a
135	Niepokorny/a
136	Nieporadny/a
137	Nieprzewidywalny/a
138	Niestąły/a emocjonalnie
139	Nieśmiały/a
140	Nietechniczny/a
141	Nietolerancyjny/a
142	Niezależny/a
143	Niezaradny/a
144	Niezdecydowany/a
145	Niski/a
146	Nowoczesny/a
147	Nudny/a
148	Obrażalski/a
149	Obrotny/a
150	Oddany/a
151	Odpowiedzialny/a
152	Odważny/a
153	Ograniczony/a
154	Olśniewający/a
155	Opanowany/a
156	Opiekuńczy/a
157	Oporny/a
158	Opryskliwy/a
159	Ostry/a
160	Otwarty/a
161	Owłosiony/a
162	Pachnący/a
163	Pełny/a gracji
164	Perwersyjny/a
165	Pewny/a siebie
166	Piękny/a
167	Plotkarz/rka
168	Płaczliwy/a
169	Pociągający/a
170	Podniecający/a
171	Podporządkowany/a
172	Podstępny/a
173	Pogodny/a
174	Pomocny/a
175	Popędliwy/a
176	Porywczy/a
177	Potulny/a
178	Poukładany/a
179	Powabny/a
180	Pracowity/a
181	Precyzyjny/a
182	Promienny/a
183	Prostolinijny/a

184	Prosty/a
185	Próżny/a
186	Prymitywny/a
187	Przebojowy/a
188	Przedsiębiorczy/a
189	Przewidujący/a
190	Przyjazny/a
191	Przystojny/a
192	Punktualny/a
193	Puszysty/a
194	Pyszny/a
195	Racjonalny/a
196	Radosny/a
197	Romantyczny/a
198	Roszczeniowy/a
199	Rozbrajający/a
200	Rozemocjonowany/a
201	Roześmiany/a
202	Rozgarnięty/a
203	Rozmowny/a
204	Rozrywkowy/a
205	Rozrzutny/a
206	Rozsądny/a
207	Roztargniony/a
208	Rozwiązły/a
209	Rubaszny/a
210	Rywalizujący/a
211	Rzeczowy/a
212	Samodzielny/a
213	Samolubny/a
214	Seksowny/a
215	Sentymentalny/a
216	Silny/a
217	Skomplikowany/a
218	Skromny/a
219	Skrupulatny/a
220	Skryty/a
221	Słaby/a
222	Słodki/a
223	Smakowity/a
224	Smukły/a
225	Spocony/a
226	Spokojny/a
227	Społeczny/a
228	Spontaniczny/a
229	Spóźnialski/a
230	Sprawny/a
231	Sprytny/a
232	Srogi/a
233	Stanowczy/a
234	Stateczny/a
235	Subtelny/a
236	Sumienny/a
237	Surowy/a
238	Sympatyczny/a
239	Szalony/a
240	Szanowany/a
241	Szarmancki/a
242	Szczery/a
243	Szeroki/a
244	Szkaradny/a
245	Szlachetny/a
246	Szorstki/a

247	Szowinistyczny/a
248	Sztywny/a
249	Szybki/a
250	Śliczny/a
251	Śmiały/a
252	Śmierdzący/a
253	Śmieszny/a
254	Techniczny/a
255	Tępy/a
256	Toporny/a
257	Towarzyski/a
258	Troskliwy/a
259	trzeźwo myślący/a
260	Twardy/a
261	Uczuciowy/a
262	Umalowany/a
263	Umieśniony/a
264	Unikający/a
265	Uparty/a
266	Uprzejmy/a
267	Uroczy/a
268	Uwodzicielski/a
269	Uzdolniony/a
270	Waleczny/a
271	Wesoły/a
272	Wielki/a
273	Wiotki/a
274	Władczy/a
275	Wrażliwy/a
276	Wredny/a
277	Współczujący/a
278	Wstydlivy/a
279	Wścibski/a
280	Wulgarny/a
281	Wybuchowy/a
282	Wyemancypowany/a
283	Wygadany/a
284	Wykształcony/a
285	Wymagający/a
286	Wypłacalny/a
287	Wyrachowany/a
288	Wyrozumiały/a
289	Wysoki/a
290	Wysportowany/a
291	Wytrwały/a
292	Wytrzymały/a
293	Wytworny/a
294	Wyważony/a
295	Wyzywający/a
296	Zabawny/a
297	Zabiegany/a
298	Zaborczy/a
299	Zachłanny/a
300	Zaciekły/a
301	Zadbany/a
302	Zagadkowy/a
303	Zakompleksiony/a
304	Zalotny/a
305	Zapalczywy/a
306	Zapobiegliwy/a
307	Zaradny/a
308	Zarośnięty/a
309	Zarozumiały/a

310	Zaskakujący/a
311	Zawistny/a
312	Zazdrosny/a
313	Zboczony/a
314	Zdecydowany/a
315	Zdesperowany/a
316	Zdolny/a
317	Zdradziecki/a
318	Zdumiewający/a
319	Zgrabny/a
320	Zimny/a
321	Zmienny/a
322	Zmysłowy/a
323	Zorganizowany/a
324	Zwariowany/a
325	Zwierzęcy/a
326	Zwiewny/a
327	Żwawy/a
328	Życzliwy/a

## **ANKIETA**

Na początku chcielibyśmy poprosić Cię o kilka podstawowych informacji.

**PŁEĆ**

Kobieta \_\_      Mężczyzna \_\_

**WIEK** \_\_\_\_\_

Na następnych stronach przedstawiamy listy przymiotników, używanych do opisu innych ludzi.

Prosimy o zaznaczenie jak często Twoim zdaniem te przymiotniki są używane do opisu kobiet i mężczyzn.

Odpowiedź zaznacz otaczając (kółkiem) na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza, że dany przymiotnik jest bardzo rzadko używany a 5 – bardzo często.

## MĘŻCZYŻNA / KOBIETA

	Bardzo rzadko	Rzadko	Trudno powiedzieć	Często	Bardzo często
Ambitny	1	2	3	4	5
Ciepły	1	2	3	4	5
Delikatny	1	2	3	4	5
Dobry	1	2	3	4	5
Dominujący	1	2	3	4	5
Dowcipny	1	2	3	4	5
Egoistyczny	1	2	3	4	5
Elegancki	1	2	3	4	5
Głupi	1	2	3	4	5
Gwałtowny	1	2	3	4	5
Inteligentny	1	2	3	4	5
Interesujący	1	2	3	4	5
Kochający	1	2	3	4	5
Ładny	1	2	3	4	5
Łagodny	1	2	3	4	5
Mały	1	2	3	4	5
Mądry	1	2	3	4	5
Nieprzewidywalny	1	2	3	4	5
Odpowiedzialny	1	2	3	4	5
Odważny	1	2	3	4	5
Opiekuńczy	1	2	3	4	5
Piękny	1	2	3	4	5
Porywczy	1	2	3	4	5
Pracowity	1	2	3	4	5
Prosty	1	2	3	4	5
Przystojny	1	2	3	4	5
Romantyczny	1	2	3	4	5
Seksowny	1	2	3	4	5
Silny	1	2	3	4	5
Słaby	1	2	3	4	5
Słodki	1	2	3	4	5
Stanowczy	1	2	3	4	5
Subtelny	1	2	3	4	5
Sympatyczny	1	2	3	4	5
Uczuciowy	1	2	3	4	5
Uroczy	1	2	3	4	5
Wrażliwy	1	2	3	4	5
Wulgarny	1	2	3	4	5
Wykształcony	1	2	3	4	5
Wysoki	1	2	3	4	5
Wysportowany	1	2	3	4	5
Zadbany	1	2	3	4	5
Zaradny	1	2	3	4	5
Zazdrosny	1	2	3	4	5
Zgrabny	1	2	3	4	5
Zmienny	1	2	3	4	5

### **Załącznik 3. Technika „Moje cechy pożądane”**

Prosimy Cię, abyś pomyślał/pomyślała o cechach, które chciałbyś/chciałabyś posiadać.

Na następnej stronie znajduje się tabelka. W kolumnę pierwszą wpisz skojarzenia, jakie przychodzą Ci do głowy, gdy myślisz o tym, jaki/jaka chciałbyś/chciałabyś być.

Kiedy już wpiszesz swoje skojarzenia, odpowiedz na dwa dalsze pytania, zawarte w kolumnach 2 i 3.



Skala odpowiedzi:

- 1 – w bardzo małym stopniu
- 2 – w małym stopniu
- 3 – raczej w małym stopniu
- 4 – w umiarkowanym stopniu
- 5 – raczej w dużym stopniu
- 6 – w dużym stopniu
- 7 – w bardzo dużym stopniu

MO JE CE CH Y Ch ciał by m/ Ch ciał aby m być bar dzi ej...	W jak duż ym sto pni u inni lud zie ocz eku ją od Cie bie, żeb yś taki /tak a był/ był a?	W jak dużym stopniu Tobie samemu/samej zależy, by takim/taką być?

1 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
2 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
3 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
4 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
5 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
6 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
7 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
8 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
9 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
10 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
11 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7
12 .....	1 2 3 4 5 6 7	3 4 5 6 7

**Załącznik 4. Formularz dla sędziów kompetentnych do oceny wymiarów  
kobiecości i męskości**

**Formularz dla sędziów**

W badaniach które prowadziliśmy wcześniej zapytaliśmy różne osoby o cechy typowe dla różnych grup społecznych. Następnie chcielibyśmy ocenić na ile te cechy są „kobiece”, innymi słowy na ile w naszej kulturze są charakterystyczne dla wizerunku kobiet. Poniżej znajduje się lista wygenerowanych cech.

**KOBIECOŚĆ**

Wymiar kobiecości odnosi się do rozpowszechnionego w naszej kulturze, stereotypowego wizerunku kobiety. Używając poniższej skali zaznacz na ile twoim zdaniem każda z tych cech jest typowa bądź nietypowa dla kobiet.

<b>1</b>	Zupełnie nie kobieca
<b>2</b>	Raczej nie kobieca
<b>3</b>	Ani kobieca ani nie kobieca
<b>4</b>	Raczej kobieca
<b>5</b>	Zdecydowanie kobieca

## Formularz dla sędziów kompetentnych do oceny wymiaru *Męskości*

### Formularz dla sędziów

W badaniach które prowadziliśmy wcześniej zapytaliśmy różne osoby o cechy typowe dla różnych grup społecznych. Następnie chcielibyśmy ocenić na ile te cechy są „kobiece”, innymi słowy na ile w naszej kulturze są charakterystyczne dla wizerunku mężczyzn.

Poniżej znajduje się lista wygenerowanych cech.

### MĘSKOŚĆ

Wymiar męskości odnosi się do rozpowszechnionego w naszej kulturze, stereotypowego wizerunku mężczyzny. Używając poniższej skali zaznacz na ile twoim zdaniem każda z tych cech jest typowa bądź nietypowa dla mężczyzn.

1	Zupełnie nie męska
2	Raczej nie męska
3	Ani męska ani nie męska
4	Raczej męska
5	Zdecydowanie męska

## Lista sądziowanych określeń

	OKREŚLENIE
1.	aktywność
2.	ambicje
3.	asertywność
4.	atrakcyjność
5.	autentyczność
6.	bezczelność
7.	bezkompromisowość
8.	beztroska
9.	bezwzględność
10.	błyskotliwość
11.	bogactwo
12.	bycie lubianym
13.	bystrość
14.	charyzma
15.	ciepło
16.	cierpliwość
17.	czułość
18.	delikatność
19.	dobro
20.	docenienie (przez innych)
21.	dojrzałość
22.	dokładność
23.	dowcipność
24.	dyplomatyczność
25.	dyscyplina
26.	elastyczność
27.	elegancja
28.	elokwencja
29.	empatia
30.	energiczność
31.	fantazja
32.	honorowość
33.	inteligencja
34.	jędrność
35.	kobiecość
36.	kochająca / kochający
37.	kompetencje
38.	komunikatywność
39.	konsekwentność
40.	kreatywność
41.	lenistwo
42.	lojalność
43.	ładna
44.	łagodność
45.	magiczność
46.	mądrość
47.	miła/y
48.	niezależność
49.	obowiązkowość
50.	oczytanie
51.	odporność
52.	odpowiedzialność
53.	odwaga

	OKREŚLENIE
54.	opanowanie
55.	opiekuńczość
56.	optymizm
57.	oszczędność
58.	otwartość
59.	pewność siebie
60.	pomocność
61.	pomysłowość
62.	poukładanie
63.	pracowitość
64.	prawdomówność
65.	profesjonalizm
66.	przebojowość
67.	przedsiębiorczość
68.	przenikliwość
69.	przystojność
70.	punktualność
71.	radosna
72.	rozmowność
73.	rozrzutność
74.	rozsądek
75.	rozważa
76.	rzetelność
77.	samodzielność
78.	samowystarczalność
79.	seksowność
80.	siła
81.	skoncentrowanie
82.	skromność
83.	słowność
84.	solidność
85.	spokój
86.	spontaniczność
87.	spryt
88.	stałość
89.	stanowczość
90.	subtelność
91.	sumienność
92.	systematyczność
93.	szczerość
94.	szczęście
95.	szczupłość
96.	śmiałość
97.	tolerancyjność
98.	towarzyskość
99.	troskliwość
100.	twardość
101.	uczciwość
102.	uczuciowość
103.	ufność
104.	uległość / kompromisowość
105.	uporządkowanie
106.	urok
107.	utalentowanie
108.	uwodzicielskość
109.	wesołość

	OKREŚLENIE
110.	wrażliwość
111.	współczucie
112.	wykształcenie
113.	wylewność
114.	wyluzowanie
115.	wypoczęcie
116.	wyrozumiałość
117.	wysokość
118.	wysportowanie
119.	wytrwałość
120.	wytrzymałość
121.	zaangażowanie
122.	zadbanie
123.	zaradność
124.	zdecydowanie
125.	zdolności
126.	zdrowie
127.	zdystansowanie
128.	zgrabność
129.	zmotywowanie
130.	zorganizowanie
131.	zrelaksowanie
132.	zrównoważenie



**Załącznik 5. Pożądane cechy Ja uznane za kobiece, męskie i nietypowe -  
wskaźnik oparty na wartościach standaryzowanych odpowiedzi sędziów  
kompetentnych**

CECHA	MĘSKOŚĆ	KOBIECOŚĆ	Z <sub>MĘSKOŚĆ</sub>	Z <sub>KOBIECOŚĆ</sub>	Zkob-Zmes
bezczelność	4	1,5	1,17073	-2,62408	-3,79481
bezkompromisowość	4	1,5	1,17073	-2,62408	-3,79481
bezwzględność	4,5	2	1,80148	-1,98853	-3,79001
twardość	4,25	2	1,4861	-1,98853	-3,47463
przystojność	4,5	2,25	1,80148	-1,67075	-3,47223
przedsiębiorczość	4,25	2,5	1,4861	-1,35297	-2,83907
lenistwo	3,75	2,25	0,85535	-1,67075	-2,5261
charyzma	4	2,5	1,17073	-1,35297	-2,5237
wysportowanie	4,25	2,75	1,4861	-1,03519	-2,52129
zdecydowanie	4,25	2,75	1,4861	-1,03519	-2,52129
odwaga	4,5	3	1,80148	-0,71741	-2,51889
asertywność	3,75	2,5	0,85535	-1,35297	-2,20832
oszczędność	4	2,75	1,17073	-1,03519	-2,20592
wysokość	4	2,75	1,17073	-1,03519	-2,20592
beztroska	2,75	1,75	-0,40617	-2,3063	-1,90013
zdystansowanie	3,25	2,25	0,22459	-1,67075	-1,89534
bogactwo	3,5	2,5	0,53997	-1,35297	-1,89294
honorowość	4	3	1,17073	-0,71741	-1,88814
przebojowość	4	3	1,17073	-0,71741	-1,88814
stanowczość	4,25	3,25	1,4861	-0,39963	-1,88573
śmiałość	3,25	2,5	0,22459	-1,35297	-1,57756
wyluzowanie	3,75	3	0,85535	-0,71741	-1,57276
konsekwentność	4	3,25	1,17073	-0,39963	-1,57036
wytrwałość	4	3,25	1,17073	-0,39963	-1,57036
wytrzymałość	4,25	3,5	1,4861	-0,08185	-1,56795
spontaniczność	3	2,5	-0,09079	-1,35297	-1,26218
niezależność	3,25	2,75	0,22459	-1,03519	-1,25978
zdrowie	3,25	2,75	0,22459	-1,03519	-1,25978
zmotywowanie	3,25	2,75	0,22459	-1,03519	-1,25978
aktywność	3,5	3	0,53997	-0,71741	-1,25738
ambicje	3,5	3	0,53997	-0,71741	-1,25738
dowcipność	3,5	3	0,53997	-0,71741	-1,25738
pewność siebie	3,5	3	0,53997	-0,71741	-1,25738
pomysłowość	3,5	3	0,53997	-0,71741	-1,25738
profesjonalizm	3,5	3	0,53997	-0,71741	-1,25738
zrelaksowanie	3,5	3	0,53997	-0,71741	-1,25738
bystrość	3,75	3,25	0,85535	-0,39963	-1,25498
dyscyplina	3,75	3,25	0,85535	-0,39963	-1,25498
spryt	3,75	3,25	0,85535	-0,39963	-1,25498
samowystarczalność	4	3,5	1,17073	-0,08185	-1,25258
samodzielność	4,25	3,75	1,4861	0,23593	-1,25017
mądrość	3	2,75	-0,09079	-1,03519	-0,9444
inteligencja	3,25	3	0,22459	-0,71741	-0,942
kompetencje	3,25	3	0,22459	-0,71741	-0,942
kreatywność	3,25	3	0,22459	-0,71741	-0,942
wypoczęcie	3,25	3	0,22459	-0,71741	-0,942
autentyczność	3,5	3,25	0,53997	-0,39963	-0,9396
zdolności	3,75	3,5	0,85535	-0,08185	-0,9372
solidność	4	3,75	1,17073	0,23593	-0,9348

siła	4,5	4,25	1,80148	0,87148	-0,93
błyskotliwość	3	3	-0,09079	-0,71741	-0,62662
stałość	3,25	3,25	0,22459	-0,39963	-0,62422
wykształcenie	3,25	3,25	0,22459	-0,39963	-0,62422
energiczność	3,5	3,5	0,53997	-0,08185	-0,62182
skoncentrowanie	3,5	3,5	0,53997	-0,08185	-0,62182
rozsądek	3,75	3,75	0,85535	0,23593	-0,61942
rozważa	4	4	1,17073	0,55371	-0,61702
skromność	2,75	3	-0,40617	-0,71741	-0,31124
zrównoważenie	3	3,25	-0,09079	-0,39963	-0,30884
dyplomatyczność	3,5	3,75	0,53997	0,23593	-0,30404
opanowanie	3,5	3,75	0,53997	0,23593	-0,30404
pracowitość	3,5	3,75	0,53997	0,23593	-0,30404
odporność	3,75	4	0,85535	0,55371	-0,30164
rzetelność	3,75	4	0,85535	0,55371	-0,30164
towarzyskość	3,75	4	0,85535	0,55371	-0,30164
fantazja	2,5	3	-0,72155	-0,71741	0,00414
oczytanie	2,5	3	-0,72155	-0,71741	0,00414
elokwencja	2,75	3,25	-0,40617	-0,39963	0,00654
szczerść	2,75	3,25	-0,40617	-0,39963	0,00654
optymizm	3	3,5	-0,09079	-0,08185	0,00894
słowność	3	3,5	-0,09079	-0,08185	0,00894
sumienność	3,25	3,75	0,22459	0,23593	0,01134
systematyczność	3,25	3,75	0,22459	0,23593	0,01134
utalentowanie	3,25	3,75	0,22459	0,23593	0,01134
wesołość	3,25	3,75	0,22459	0,23593	0,01134
punktualność	3,5	4	0,53997	0,55371	0,01374
zaradność	3,5	4	0,53997	0,55371	0,01374
przenikliwość	2	2,75	-1,35231	-1,03519	0,31712
docenienie (przez innych)	2,5	3,25	-0,72155	-0,39963	0,32192
elastyczność	2,5	3,25	-0,72155	-0,39963	0,32192
szczęście	2,75	3,5	-0,40617	-0,08185	0,32432
uczciwość	3	3,75	-0,09079	0,23593	0,32672
zorganizowanie	3	3,75	-0,09079	0,23593	0,32672
dokładność	3,25	4	0,22459	0,55371	0,32912
komunikatywność	3,25	4	0,22459	0,55371	0,32912
odpowiedzialność	3,25	4	0,22459	0,55371	0,32912
spokój	3,25	4	0,22459	0,55371	0,32912
tolerancyjność	2,75	3,75	-0,40617	0,23593	0,6421
lojalność	3	4	-0,09079	0,55371	0,6445
prawdomówność	3	4	-0,09079	0,55371	0,6445
zaangażowanie	3	4	-0,09079	0,55371	0,6445
pomocność	3,25	4,25	0,22459	0,87148	0,64689
otwartość	2,5	3,75	-0,72155	0,23593	0,95748
poukładanie	2,5	3,75	-0,72155	0,23593	0,95748
uporządkowanie	2,5	3,75	-0,72155	0,23593	0,95748
wyrozumiałość	2,5	3,75	-0,72155	0,23593	0,95748
dojrzałość	2,75	4	-0,40617	0,55371	0,95988
obowiązkowość	2,75	4	-0,40617	0,55371	0,95988
cierpliwość	3	4,25	-0,09079	0,87148	0,96227
wylewność	1,75	3,25	-1,66769	-0,39963	1,26806
uległość / kompromisowość	2,25	3,75	-1,03693	0,23593	1,27286
bycie lubianym	2,75	4,25	-0,40617	0,87148	1,27765
magiczność	2,25	4	-1,03693	0,55371	1,59064
ufność	2,25	4	-1,03693	0,55371	1,59064

radosna	2,5	4,25	-0,72155	0,87148	1,59303
szczupłość	2,75	4,5	-0,40617	1,18926	1,59543
miła/y	2,25	4,25	-1,03693	0,87148	1,90841
dobro	2,5	4,5	-0,72155	1,18926	1,91081
rozmowność	2,5	4,5	-0,72155	1,18926	1,91081
zadbanie	2,5	4,5	-0,72155	1,18926	1,91081
jędrność	1,5	3,75	-1,98306	0,23593	2,21899
elegancja	2,25	4,5	-1,03693	1,18926	2,22619
empatia	2,5	4,75	-0,72155	1,50704	2,22859
seksowność	2,5	4,75	-0,72155	1,50704	2,22859
kochająca / kochający	1,75	4,25	-1,66769	0,87148	2,53917
łagodność	1,75	4,25	-1,66769	0,87148	2,53917
rozrzutność	1,75	4,25	-1,66769	0,87148	2,53917
czułość	2	4,5	-1,35231	1,18926	2,54157
współczucie	2	4,5	-1,35231	1,18926	2,54157
zgrabność	2	4,5	-1,35231	1,18926	2,54157
troskliwość	2,25	4,75	-1,03693	1,50704	2,54397
opiekuńczość	2,5	5	-0,72155	1,82482	2,54637
wrażliwość	1,75	4,5	-1,66769	1,18926	2,85695
atrakcyjność	2	4,75	-1,35231	1,50704	2,85935
subtelność	1,75	4,75	-1,66769	1,50704	3,17473
uczuciowość	1,75	4,75	-1,66769	1,50704	3,17473
urok	2	5	-1,35231	1,82482	3,17713
ciepło	1,75	5	-1,66769	1,82482	3,49251
delikatność	1,75	5	-1,66769	1,82482	3,49251
uwodzicielskość	1,75	5	-1,66769	1,82482	3,49251
kobiecość	1	5	-2,61382	1,82482	4,43864
ładna	1	5	-2,61382	1,82482	4,43864

#### **LEGENDA**

cechy męskie  
cechy nietypowe  
cechy kobiece

